

**EVALUASI PENGALAMAN PENGGUNA MENGGUNAKAN
USABILITY TESTING DAN USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE
(UEQ) (STUDI PADA E-COMMERCE FASHION)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:
Sonia Elisurya
NIM: 155150400111041



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2019

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Seiring dengan berkembangnya zaman, pertumbuhan teknologi di Indonesia juga meningkat pesat. Penggunaan internet merupakan contoh perkembangan teknologi yang dapat menghubungkan satu orang dengan orang yang lain. Dengan adanya internet, penyebaran dan pertukaran informasi menjadi sangat mudah dan tidak dibatasi oleh jarak, waktu maupun media yang digunakan. Melalui internet para pelaku bisnis di berbagai tempat bisa terhubung untuk melakukan aktivitas penjualan, pembelian dan pemasaran produk atau jasa miliknya.

Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 dalam layanan yang diakses oleh pengguna internet di Indonesia, dari 143,26 juta pengguna terdapat 32,19 % pengguna yang melakukan transaksi beli barang dan 8, 12 % transaksi jual barang. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap keberadaan *e-commerce* cukup tinggi. Karena minat masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli secara daring semakin meningkat, banyak jenis *e-commerce* yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Salah satu bidang yang diminati dalam *e-commerce* adalah bidang *fashion*, hal ini dibuktikan dengan banyaknya situs *e-commerce* yang bergerak di bidang *fashion* di Indonesia. Salestock.co.id, Vipplaza.co.id, dan Berrybenka.com merupakan *e-commerce* lokal yang bergerak di bidang *fashion* untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Ketiga aplikasi tersebut memiliki karakteristik dan bergerak di bidang yang sama dan merupakan *e-commerce* yang masuk ke 25 situs yang memiliki kategori pengunjung terbanyak (iPrice, 2018).

Vipplaza.co.id merupakan online store *fashion* dan kecantikan yang menawarkan berbagai macam brand lokal dan internasional. Vipplaza.co.id menawarkan konsep "Flash Sale" setiap harinya. Salestock.co.id merupakan *e-commerce* yang menjual pakaian pria dan wanita, dan memiliki harga terjangkau pakaian wanita dan pria. Berrybenka.com adalah situs belanja *online fashion* di Indonesia. Berrybenka menjual berbagai produk dan aksesoris bagi pria dan wanita yang berkonsep kekinian. Ketiga situs *e-commerce* tersebut bergerak di bidang yang sama dan memiliki karakteristik dan menjadi kompetitor langsung di pasar yang sama.

Salah satu keunggulan yang harus dimiliki oleh perusahaan *e-commerce* untuk dapat sukses di pasaran adalah media situs web yang menjadi representasi dari *e-commerce* itu sendiri terhadap pelanggan. Situs web tersebut menjadi perantara untuk berinteraksi dengan pengguna. Untuk menciptakan produk atau layanan yang baik, sangatlah penting untuk memastikan bahwa produk dan layanan tersebut menciptakan pengalaman pengguna yang baik (Schrepp, Hinderks, Schweski, 2014). Situs web sebagai wadah transaksi online juga harus memiliki pengalaman pengguna yang baik juga dapat memenuhi ekspektasi dan

kebutuhan pengguna Pengalaman pengguna mewakili interaksi yang terjadi antar pengguna dengan produk, layanan dan perusahaan yang menyediakan produk tersebut (Norman, 2016).

Berdasarkan paparan tersebut, penulis ingin melakukan penelitian untuk mengukur dan membandingkan seberapa baik pengalaman pengguna yang dirasakan saat menggunakan tiga situs web *e-commerce* dengan karakteristik yang sama dan merupakan kompetitor di pasar yang sama. Oleh karena itu, penulis memilih *e-commerce* Salestock.co.id, Vipplaza.co.id, dan Berrybenka.com karena ketiga situs tersebut bergerak di bidang yang sama serta memiliki proses bisnis yang sama. Pengujian analisis pengalaman pengguna menggunakan *usability testing* menggunakan skenario tugas sebagai pengujian secara objektif dan *User Experience Questionnaire* (UEQ) sebagai pengujian secara subjektif. Hasil dari pengujian akan diolah dan analisis untuk menjadi perbandingan *user experience* antara ketiga situs tersebut.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah:

1. Bagaimana hasil pengujian skenario pada pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com?
2. Bagaimana hasil kuisisioner UEQ pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com?
3. Bagaimana hasil perbandingan pengalaman pengguna pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui hasil analisis perbandingan pengalaman pengguna menggunakan pengujian skenario pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com
2. Mengetahui hasil analisis perbandingan pengalaman pengguna menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah mengetahui hasil analisis pengalaman pengguna terhadap situ Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com Hasil dari analisis tersebut dapat dijadikan evaluasi bagi pihak yang berkepentingan untuk meningkatkan kualitas dari situs yang bersangkutan dan dapat menjadi rujukan bagi penelitian yang lain yang memiliki karakteristik sama.

1.5 Batasan masalah

Dalam melakukan penelitian, penulis menetapkan batasan yaitu

1. Objek penelitian yaitu situs web Salestock.co.id, Viplaza.co.id dan Berrybenka.com
2. Peserta pengujian skenario dan kuisisioner berusia 16-35 tahun yang belum pernah menggunakan website.
3. Pengujian skenario akan diujikan kepada 10 orang pengguna untuk masing-masing website
4. Kuisisioner UEQ akan dibagikan kepada 25 orang responden pada masing-masing website.

1.6 Sistematika pembahasan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dituliskan latar belakang penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika pembahasan penelitian.

BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini dituliskan teori mengenai *usability*, *usability testing*, kuisisioner SUS, UEQ dan situs *e-commerce* Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com serta referensi penelitian sebelumnya sebagai bahan rujukan

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dituliskan mengenai metodologi penelitian yang digunakan dalam proses penelitian dan atau urutan langkah yang harus dilakukan peneliti agar dalam menjalankan penelitian dapat berjalan secara sistematis, terstruktur dan terarah. Metodologi meliputi perencanaan pengujian, pelaksanaan pengujian, analisis dan pengolahan data serta kesimpulan.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini dituliskan data yang telah diperoleh melalui pengujian, kuisisioner dan wawancara untuk diolah dan dianalisis lebih lanjut.

BAB 5 ANALISIS DATA

Pada bab ini dituliskan mengenai hasil pengolahan dan analisis data yang dikumpulkan. Hasil pengujian skenario dan kuisisioner akan diolah kemudian akan dibahas untuk membandingkan hasil dari masing-masing situs *e-commerce*.

BAB 6 PENUTUP

Pada bab ini dituliskan mengenai pokok masalah dengan singkat dan jelas serta saran dan usulan yang diberikan pada masalah penelitian ini

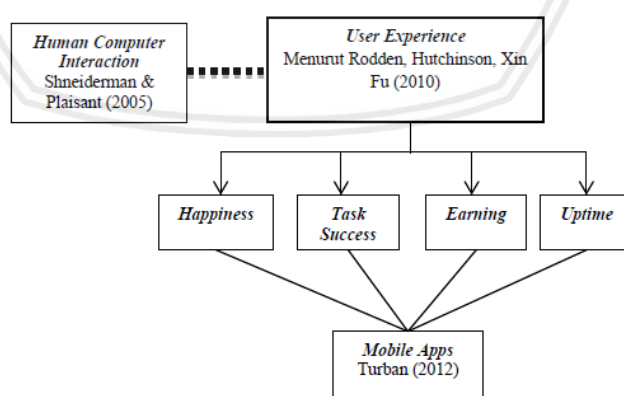


BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Risma Ismulia Rahmi (2018) yang melakukan “Analisis User Experience Pada Website Streaming Video” studi kasus pada Youtube dan VLIVE. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan dua website yang memiliki fitur yang hampir sama antara keduanya serta bergerak di bidang streaming video. Instrumen pengukuran yang digunakan yaitu pengukuran secara objektif melalui pengujian skenario pada kedua website tersebut dengan empat parameter yaitu jumlah tugas yang berhasil diselesaikan, jumlah error yang terjadi, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas dan jumlah klik yang dilakukan. Setelah itu dengan melakukan pengukuran secara subjektif melalui wawancara untuk menggali lebih dalam tentang user experience yang dirasakan pengguna dari kedua situs tersebut. Dari 82 responden dalam penelitian, terdapat 70 responden yang memilih Youtube sementara sisanya memilih VLIVE dikarenakan Youtube memiliki konten yang lebih universal. Website VLIVE memiliki load yang lebih berat dan membutuhkan kecepatan internet yang lebih kuat sehingga dalam penelitian ini menghasilkan perbandingan antara kedua website tersebut dan karakter yang dimiliki oleh kedua website tersebut.

Penelitian kedua yang dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul “Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Go-jek dan Grab (Studi Pada Konsumen PT Go-jek dan PT Grab Indonesia di DKI Jakarta). Penelitian ini mengukur user experience yang dirasakan oleh pengguna kedua aplikasi transportasi online yaitu Go-jek dan Grab Indonesia. Parameter user experience yang diuji yaitu sub variabel yang meliputi *item happiness, tasks success, earning dan up time*.



Gambar 2 Bagan Kerangka Pemikiran
Sumber: diolah oleh penulis, 2017.

Keterangan
 _____ : Diteliti ;
 : Tidak diteliti

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran *user experience*

Sumber: (Chan, Maharani, Tresna . 2017)

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan responden dari pengguna aplikasi Gojek dan Grab yang berdomisili di suatu wilayah tertentu, yang dalam penelitian ini diambil di wilayah Jakarta tersebut. Responden merupakan pengguna kedua aplikasi yang tinggal di wilayah Jakarta dan sudah pernah menggunakan kedua aplikasi tersebut minimal 2 kali . Hasil survey tersebut akan menghasilkan data kuantitatif yang akan dijadikan sebagai perbandingan. Analisis data yang didapat dari responden kedua aplikasi tersebut diuji untuk mengetahui perbandingan pada *user experience* dari kedua aplikasi tersebut. Hasil dari penelitian ini yaitu nilai *user experience* aplikasi Go-jek lebih tinggi dari nilai *user experience* aplikasi Grab. Hal ini didukung dengan respon positif yang diberikan responden pada aplikasi Go-jek pada keempat items pengukuran *user experience*.

2.2 Tentang Website

2.2.1 Salestock.co.id

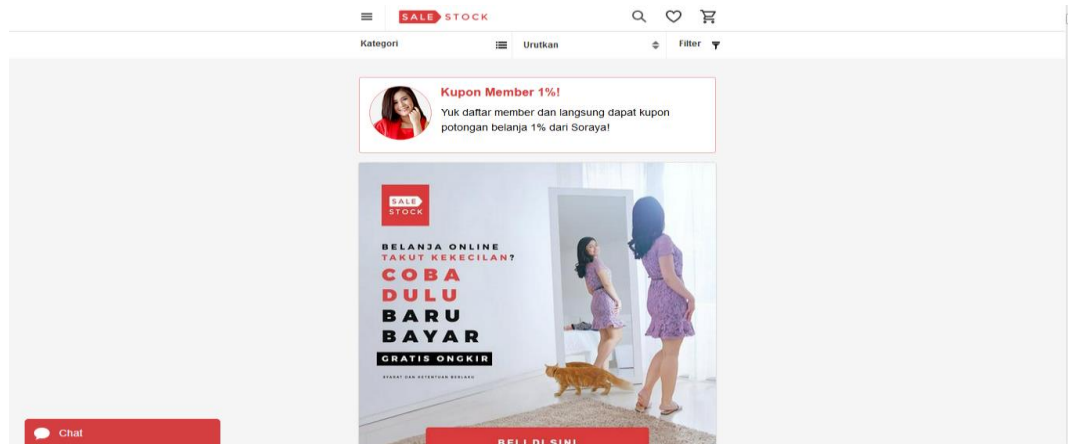
Salestock.co.id merupakan fashion marketplace yang menjual berbagai macam produk fashion dan aksesoris bagi wanita dan pria (Salestock, 2087). Didirikan tahun 2014 ,Salestock.co.id sudah memiliki perkembangan pesat sebagai salah satu e-commerce fashion yang diminati masyarakat. Salestock memotong biaya produksi dengan harga terjangkau bagi pelanggan, dengan menjual produk tanpa perantara dan fokus berjualan di lapak online. Salestock menerapkan prinsip-prinsip cost leadership dan memanfaatkan kekuatan media social sebagai media pemasarannya.

Website Salestock menduduki peringkat ke 106.762 dan termasuk 500.000 website terpopuler di seluruh dunia. Menurut statshow.com, Salestock.co.id memiliki jumlah pengunjung harian sebanyak 4470 pengunjung dan daily pageviews sebanyak 9834 views.

Tampilan website salestock.co.id

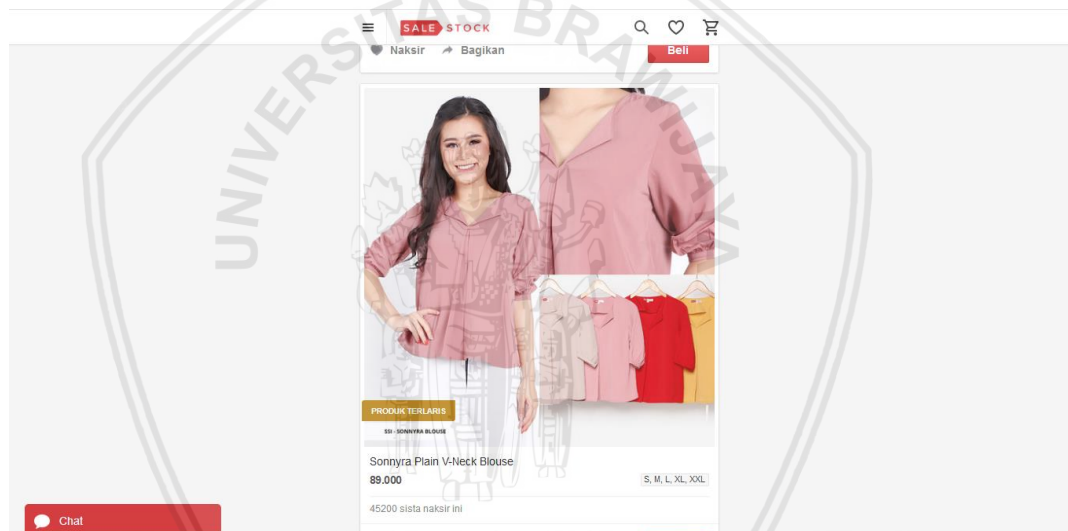
1. Tampilan Home

Di tampilan home atau halaman awal situs Salestock.co.id terdapat menu, kategori, fitur pencarian, fitur favorit, keranjang belanja dan juga terdapat katalog produk terlaris yang dapat diakses langsung di halaman awal. Terdapat juga live chat dengan *customer service* di pojok kiri bawah setiap halaman. Di halaman awal ini, pengguna sudah bisa melihat tampilan produk yang ingin dibeli, karena produk-produk pilihan atau produk dengan jumlah pembelian terbanyak, ditampilkan di halaman awal situs web Salestock.co.id



Gambar 2.2 Halaman awal Salestock.co.id

Sumber: Salestock.co.id

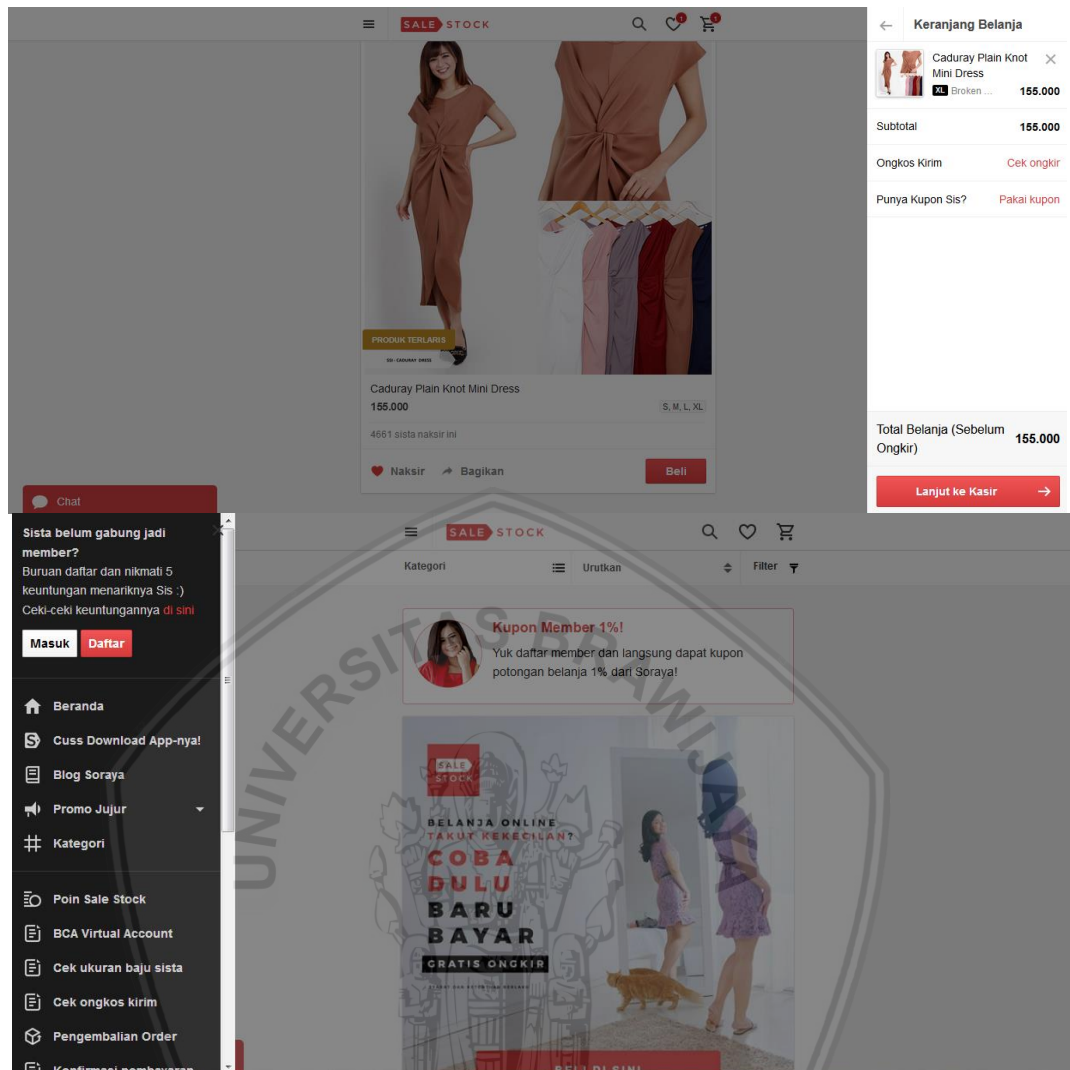


Gambar 2.3 Halaman awal Salestock.co.id

Sumber: Salestock.co.id

2. Menu

Pada fitur menu di sebelah kiri tampilan, terdapat beberapa opsi yang dapat dipilih oleh pengguna. Menu tersebut berisi layanan yang ditawarkan oleh salestock.co.id seperti info ukuran, info pengiriman, cek status pengiriman, kontak dan lainnya.



Gambar 2.4 Halaman menu pemesanan Salestock.co.id

Sumber: Salestock.co.id

2.2.2 Vipplaza.co.id

Vipplaza.co.id adalah e-commerce fashion yang menjual berbagai macam produk busana pria dan wanita. Vipplaza menawarkan konsep flash sale dan diskon untuk produk yang berbeda setiap harinya (Vipplaza, 2018).

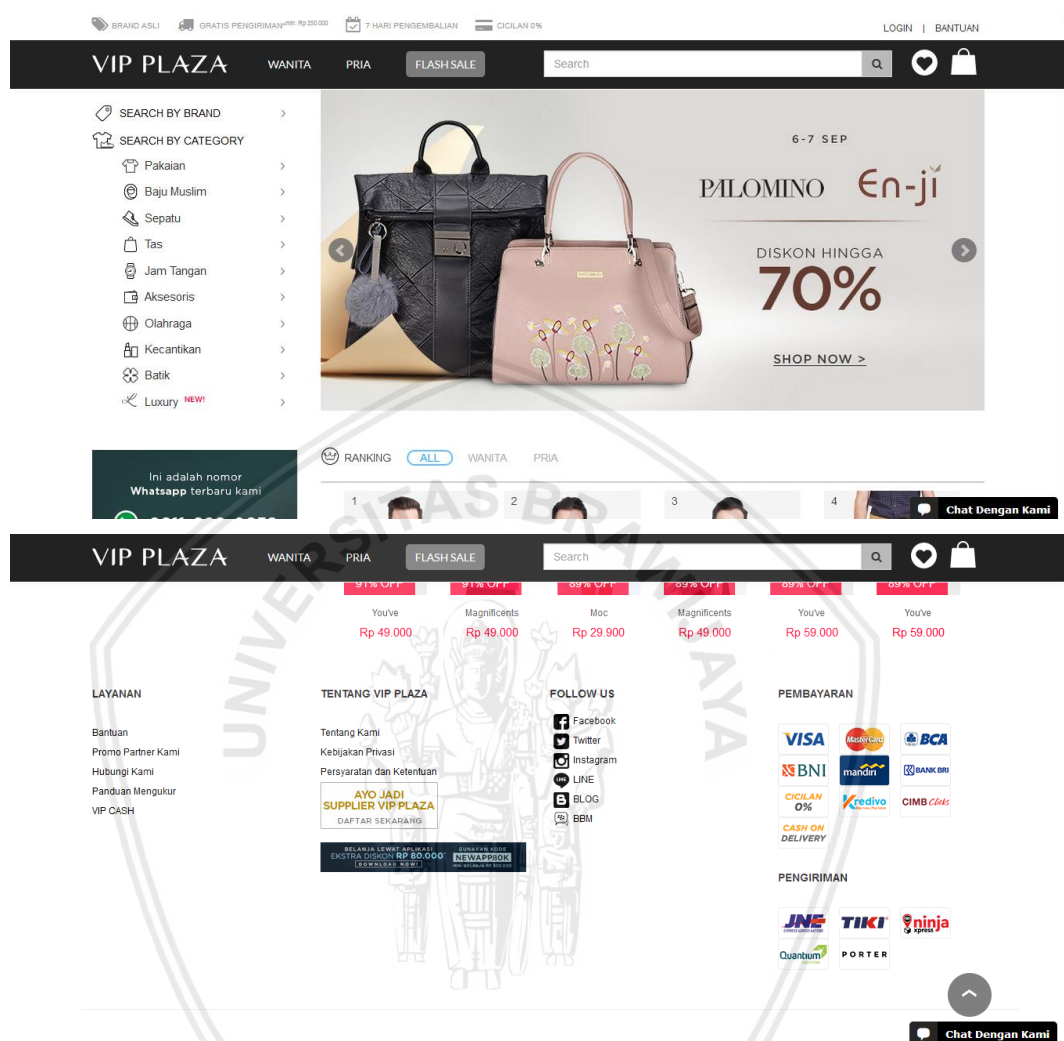
Vipplaza.co.id menduduki peringkat 213.712 dari 500.000 website terpopuler sedunia, memiliki jumlah pengunjung harian sebanyak 2233 pengunjung dan jumlah daily pageviews sebanyak 4913 views.

Berikut tampilan dari vipplaza.co.id

1. Tampilan Home

Pada tampilan home Vipplaza.co.id terdapat kategori yang langsung dapat dilihat di deretan sebelah kiri tampilan, kemudian terdapat menu pencarian,

fitur favorit dan keranjang belanja. Terdapat juga katalog produk yang langsung dilihat dan kategori produk yang sedang dalam flash sale ditampilkan di halaman awal.

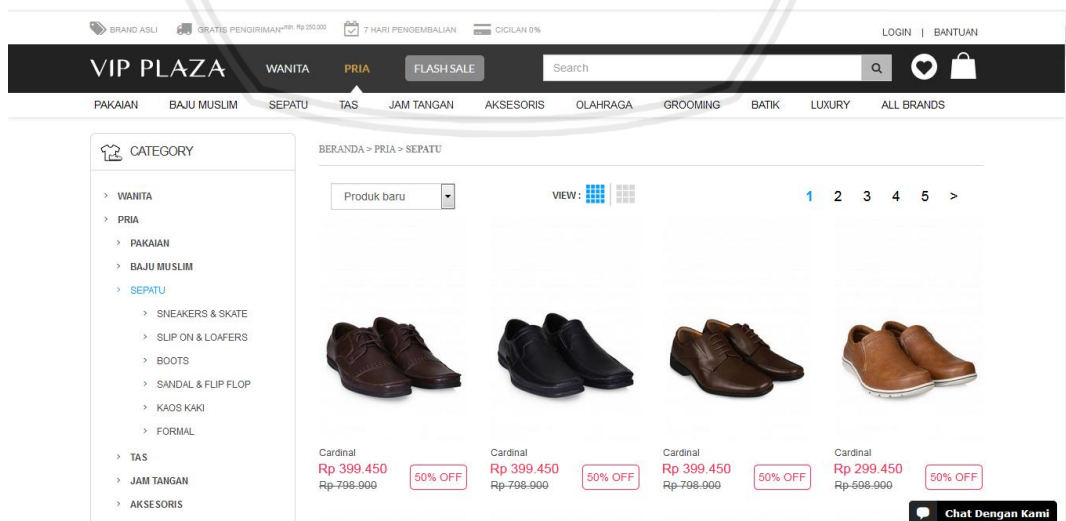
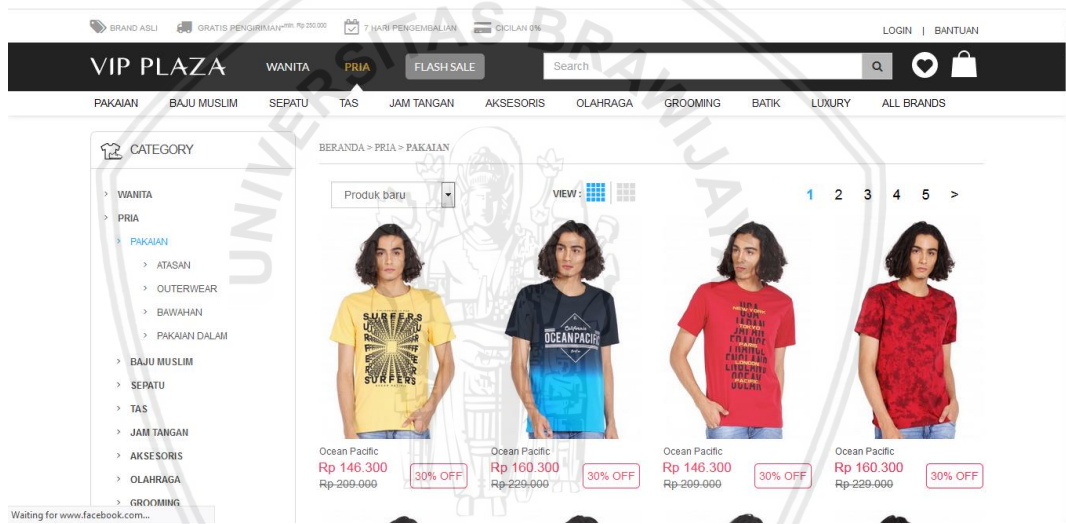
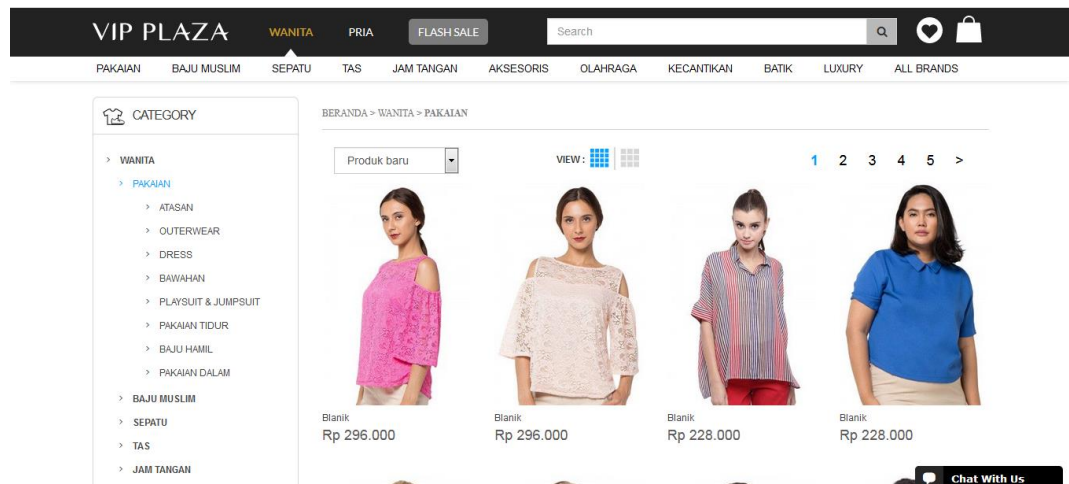


Gambar 2.5 Halaman awal Vipplaza.co.id

Sumber: Vipplaza.co.id

2. Menu

Pada tampilan menu, terdapat kategori produk yang dapat dipilih oleh pelanggan. Setiap kategori akan menampilkan gambar produk serta rincian dari produk tersebut



Gambar 2.6 Halaman menu Vipplaza.co.id

Sumber: Vipplaza.co.id

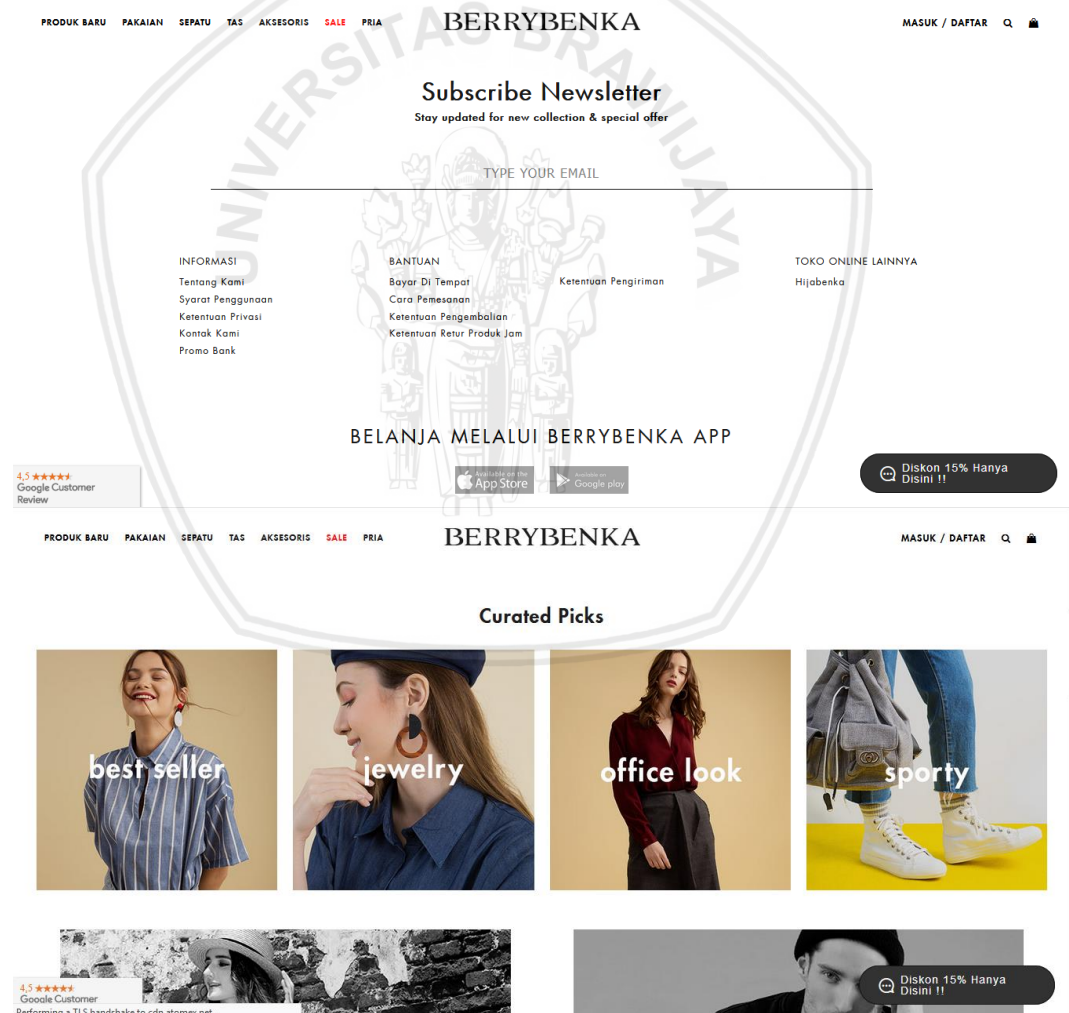
2.2.3 Berrybenka.com

Berrybenka merupakan situs belanja online di Indonesia yang menjual beragam produk fashion pria dan wanita (Berrybenka,2018). Didirikan pada tahun 2012 oleh Jason Lamuda, Berrybenka menjual produk fashion dari desainer lokal dan internasional serta produk in-house label. Berrybenka.com menempati peringkat ke 139.437 dari 500.000 website terpopuler sedunia menurut situs Statshow. Berrybenka.com memiliki jumlah pengunjung harian sebanyak 3422 setiap harinya dan daily pageviews sebanyak 7530 views.

Berikut tampilan dari situs berrybenka.com

1. Halaman utama

Pada halaman awal berrybenka.com terdapat kategori yang ditampilkan dalam bentuk gambar serta menu layanan yang dapat diakses pengguna di bagian atas halaman. Terdapat juga fitur searching dan keranjang belanja.

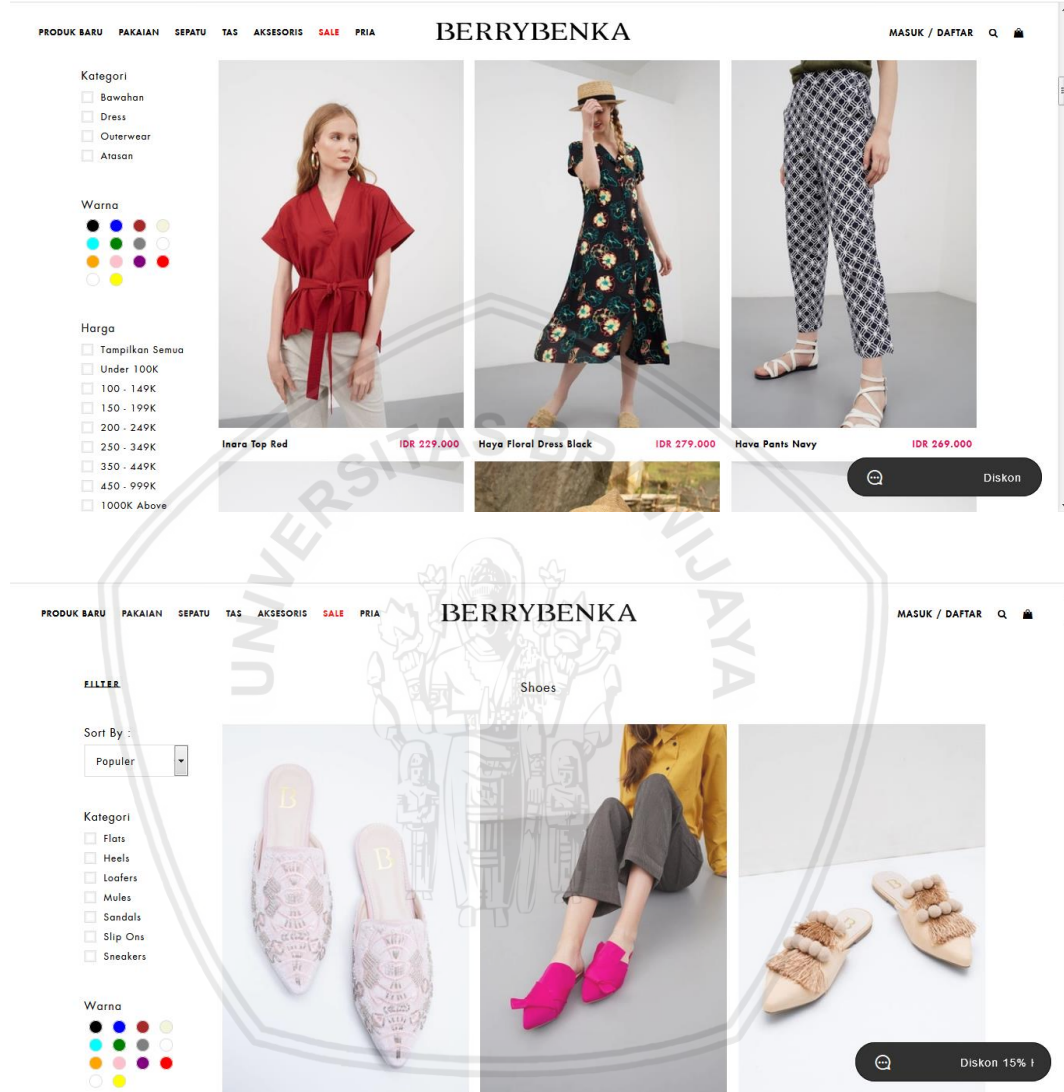


Gambar 2.7 Halaman awal Berrybenka.com

Sumber: Berrybenka.com

2. Menu

Pada fitur kategori, pakaian wanita dibedakan menjadi pakaian, sepatu, tas dan aksesoris bagi wanita. Sedangkan untuk kategori pria dijadikan dalam satu kategori yaitu kategori pria.



Gambar 2.8 Halaman menu Berrybenka.com

Sumber: Berrybenka.com

2.3 User Experience

Menurut ISO 9241-210 (2010) user experience merupakan persepsi dan respon seseorang saat menggunakan produk, sistem atau sebuah layanan. User experience meliputi perasaan yang dirasakan oleh pengguna, persepsi, respon fisik dan psikologi, tingkah laku, dan penyelesaian yang terjadi pada pengguna sebelum dan sesudah menggunakan produk. Dalam sebuah produk, user experience dapat diperoleh oleh pengguna dari *brand image*, fungsi, performa sistem, serta kapabilitas sistem saat berinteraksi dengan user.

Menurut Frank Guo (2012) terdapat 4 elemen dalam user experience, yaitu:

1. *Usability*, merupakan level kemudahan yang dirasakan oleh pengguna saat melakukan interaksi atau menggunakan produk tersebut. Usability mencakup semua elemen pengalaman pengguna yang berhubungan dengan kemudahan dalam penggunaan produk seperti aspek *discoverability*, *findability*, *readability* dan kemudahan untuk menemukan informasi yang terdapat pada produk tersebut.
2. *Value*, suatu produk yang memiliki nilai atau value memiliki kemungkinan yang besar untuk sukses di pasaran. Suatu produk dikatakan memiliki value jika terdapat keselarasan atau keharmonisan antara fitur yang ditawarkan oleh produk tersebut dengan keinginan pengguna di pasaran. Value yang didapat dari suatu produk terkait erat dengan fitur dan fungsionalitas yang ada di dalamnya. Produk yang memiliki value atau yang tinggi membentuk pengalaman pengguna yang baik pula. Produk yang tidak memiliki pengalaman pengguna yang baik tidak akan memenuhi ekspektasi atau kebutuhan pengguna, meskipun produk tersebut memiliki desain yang baik.
3. *Adoptability*, merupakan kerelaan atau *willingness* pengguna terhadap produk tersebut mulai dari membeli, mengunduh, memasang dan menggunakan produk tersebut. *Adoptability* berkaitan dengan persepsi pengguna produk dan desain dari sebuah produk untuk menarik minat pengguna agar menggunakan produk tersebut dan seberapa produk tersebut untuk dijangkau dan digunakan oleh pengguna.
4. *Desirability*, merupakan perasaan yang dirasakan oleh user saat menggunakan produk, perasaan tersebut dapat berupa kesenangan dan rasa terpicat terhadap produk tersebut. Desirability yang tinggi tidak hanya didapat dari desain visual yang bagus dan tampilan yang menarik, tapi produk tersebut bisa memikat pengguna untuk terus menggunakannya sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Pengukuran *user experience* suatu produk atau layanan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk beberapa tujuan, yaitu:

1. Pengembangan secara berkelanjutan dengan mengukur pengalaman pengguna dari versi terbaru produk. Apakah dengan desain terbaru produk pengalaman pengguna meningkat dibandingkan dengan versi selanjutnya?
2. Perbandingan dengan pesaing langsung di pasaran, seberapa baik pengalaman pengguna yang didapat dibandingkan dengan competitor atau pesaing lainnya?
3. Uji pengalaman pengguna terhadap suatu produk, apakah produk sudah memenuhi ekspektasi pengguna?
4. Menentukan area yang ingin ditingkatkan, bagian mana yang harus diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengguna (Schrepp, Hinderks, Schweski, 2014).

Terdapat beberapa metode untuk mengukur suatu pengalaman pengguna. *Usability testing* merupakan salah satu dari banyak metode untuk mengukur pengalaman pengguna, dimana partisipan diminta untuk melakukan tugas-tugas dalam suatu sistem dengan suatu indikator uji (Schrepp, Hinderks, Thomaschewski, 2017). Namun metode ini merupakan metode yang berfokus untuk menemukan dan menentukan masalah *usability*. Metode ini tidak menghasilkan informasi tentang impresi pengguna terhadap aspek kualitas hedonic, seperti *novelty* (kebaruan) dan *stimulation* (stimulasi), sementara aspek tersebut sangat penting untuk mengetahui impresi keseluruhan pengalaman pengguna. Untuk itu, terdapat kuisi User Experience Questionnaire (UEQ) untuk mengukur pengalaman pengguna melalui 6 skala pengukuran yang meliputi aspek hedonic dan pragmatic.

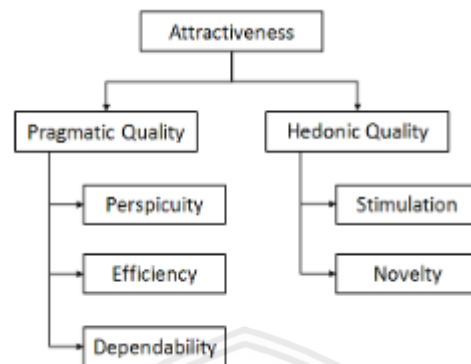
2.3.1 User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) merupakan kuisi yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna terhadap suatu produk (Schrepp, Hinderks, Thomaschewski, 2017). Tujuan dari penggunaan kuisi ini yaitu melakukan penilaian pengalaman pengguna yang dirasakan terhadap suatu produk secara cepat (Schrepp, Hinderks, Thomasschewski, 2014). Terdapat 6 skala pengukuran dalam UEQ, yaitu)

1. *Attractiveness*: Impresi keseluruhan yang dirasakan pengguna terhadap produk. Apakah pengguna menyukai produk?
2. *Perspicuity*: Kemudahan yang dirasakan saat menggunakan produk. Apakah produk mudah menjadi familier saat digunakan?
3. *Efficiency*: Interaksi antar pengguna dan produk dilakukan dengan cepat dan efisien.
4. *Dependability*: Perasaan pengguna dalam kendali dalam melakukan interaksi. Dapatkah perilaku sistem diprediksi oleh pengguna?
5. *Stimulation*: Kesenangan dan motivasi yang didapatkan saat menggunakan produk. Apakah produk memotivasi dan menarik saat digunakan oleh pengguna?
6. *Novelty*: Kreativitas dan inovasi produk. Apakah produk tersebut memiliki tampilan yang inovatif dan kreatif sehingga dapat menarik minat pengguna?

Skala *Attractiveness* dalam UEQ merupakan skala yang mengukur impresi keseluruhan pengguna terhadap produk. Pengukuran dalam skala tersebut juga dipengaruhi 5 skala lainnya seperti yang terdapat pada gambar 2.8 Skala *attractiveness* mengukur dimensi perasaan pengguna saat berinteraksi dengan produk (*acceptance/ rejection*). *Perspicuity*, *Efficiency*, dan *Dependability* merupakan aspek Pragmatic Quality yang menjabarkan kualitas interaksi yang dirasakan oleh pengguna saat menyelesaikan task atau mencapai *goal* dalam penggunaan produk. *Stimulation* dan *Novelty* merupakan aspek Hedonic Quality, kedua aspek tersebut tidak berelasi dengan task dan goal dalam penggunaan

produk, namun menjabarkan tentang perasaan senang dan kegembiraan yang dirasakan pengguna saat menggunakan produk.



Gambar 2.9 Skala pengukuran UEQ

Sumber: Schrepp, 2015

UEQ versi orisinal dibuat dalam bahasa Jerman dan telah diterjemahkan ke dalam berbagai bahasa. Kuisioner tersebut telah divalidasi dan diuji reliabilitasnya menggunakan beberapa metode usability test dengan total 144 partisipan dan metode online survey dengan jumlah 144 partisipan (melalui perhitungan Cronbach's Alpha).

annoying	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	enjoyable	1
not understandable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	understandable	2
creative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dull	3
easy to learn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	difficult to learn	4
valuable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inferior	5
boring	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	exciting	6
not interesting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	interesting	7
unpredictable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	predictable	8
fast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	slow	9
inventive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	conventional	10
obstructive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	supportive	11
good	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	bad	12
complicated	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	easy	13
unlikable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	pleasing	14
usual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	leading edge	15
unpleasant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	pleasant	16
secure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	not secure	17
motivating	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	demotivating	18
meets expectations	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	does not meet expectations	19
inefficient	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efficient	20
clear	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	confusing	21
impractical	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	practical	22
organized	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	cluttered	23
attractive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unattractive	24
friendly	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unfriendly	25
conservative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	innovative	26

Gambar 2.10 Items UEQ

Sumber: (Schrepp, 2015)

Untuk kuisioner jenis *semantic differential*, sangat penting bagi partisipan untuk mengisi kuisioner tersebut dalam bahasa asal yang partisipan. Oleh karena itu, penulis menggunakan versi UEQ yang telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

2.4 Usability

Menurut dokumen ISO 9241-11. Usability merupakan tingkat efektivitas, efisiensi dan kepuasan yang dirasakan pengguna saat mencapai tujuannya dalam suatu lingkungan tertentu. Tiga aspek yang berada dalam definisi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Effectiveness*, merupakan tingkat akurasi dan kelengkapan yang dapat dicapai oleh pengguna dalam lingkungan tertentu saat berinteraksi dengan suatu produk.
- b. *Efficiency*, merupakan penggunaan sumber daya oleh pengguna, dalam rangka mencapai tujuan yang akurat dan lengkap
- c. *Satisfaction*, merupakan kenyamanan dan tingkat penerimaan suatu sistem oleh pengguna dan orang lain yang merasakan efek dari sistem tersebut.

2.4.1 Usability Testing

Usability testing merupakan pengujian yang bertujuan untuk evaluasi suatu produk dengan tujuan untuk identifikasi masalah pada *usability*, mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif serta menentukan tingkat kepuasan pengguna pada suatu produk (Usability.gov). Usability testing dapat mengungkapkan masalah yang dialami pengguna saat menggunakan produk dalam keadaan yang sesungguhnya. Pengujian ini menggunakan analisis objektif tentang penggunaan produk di environment yang nyata.

Cara yang efektif untuk mengetahui seberapa baik layanan suatu produk adalah dengan observasi langsung saat pelanggan menggunakan produk tersebut. Pengujian skenario merupakan metode dimana pengguna melakukan tugas-tugas sesuai skenario dalam menggunakan produk tersebut untuk mencapai goal atau tujuan.

Menurut Zazelenchuk (2008) terdapat empat parameter pengujian obektif yang dapat digunakan dalam pengujian usability untuk *task scenario*, yaitu:

- *Task Completed* atau jumlah tugas yang berhasil diselesaikan (sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan)
- *Error rate during performance* atau jumlah kesalahan yang terjadi saat melakukan tugas (sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan)
- *Time per completed task* atau waktu yang dibutuhkan pengguna untuk menyelesaikan tugas.

- *Number of clicks* atau jumlah klik yang dilakukan dalam pengerjaan tugas

Aspek *task completed* dan *error rate during performance* masuk ke dalam aspek *efficiency* sedangkan aspek *time per completed task* dan *number of clicks* masuk ke dalam aspek *effectiveness*.

Parameter tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif dengan perhitungan sebagai berikut:

- *Task Completed*

Task Completed atau yang disebut sebagai user success rate, merupakan persentase tugas yang sukses dilakukan oleh pengguna saat menggunakan produk (Nielsen, 2001). Parameter ini menggunakan matriks pengukuran yang menghasilkan nilai pengukuran keberhasilan atau kesuksesan suatu tugas, namun tidak menjelaskan alasan dan proses yang terjadi sehingga nilai pengukuran dapat dijabarkan. *Task Success Rate* diukur dan dalam table checklist seperti yang terdapat pada contoh Tabel 2.1

User	Task 1	Task 2	Task 3	Task 4
User 1	S	S	S	S
User 2	F	S	S	F
User 3	F	S	S	S
User 4	S	S	F	S
Success Rate	50%	100%	75%	75%
Ket: S = success, F= failure,				

Tabel 2.1 Tabel *checklist* parameter *task success rate*

Sumber: Diadaptasi dari Travis, 2012

$$\text{Task Success Rate} = \frac{\text{Number of correctly completed task}}{\text{Total Number of attempts}}$$

Sumber: <https://designmodo.com/ux-kpi/>

- *Error rate during task Performance*

Pengukuran error meliputi kesalahan, kelalaian maupun kejadian yang tidak diinginkan yang terjadi saat pengguna melakukan tugas skenario. Pengukuran error merupakan cara untuk mengukur performa pengguna. Error dapat menunjukkan berapa banyak kesalahan yang terjadi, bagian produk yang terdapat kesalahan saat pengguna melakukan interaksi dan tipe terjadinya error tersebut (Ghazaryan, 2015).

Terdapat dua cara untuk menghitung nilai *error rate*, yaitu:

- Jika tugas tersebut hanya memiliki satu kemungkinan error atau jika terdapat banyak kemungkinan error namun hanya melacak salah satu dari banyak kemungkinan yang ada, maka perhitungannya:

$$\text{Error Occurrence Rate} = \frac{\text{Total Number of occurred errors of all users}}{\text{Total numbers of error opportunities of all users}}$$

- Jika terdapat beberapa kemungkinan error pada tugas, dan kita ingin mengetahui rata-rata error yang terjadi pada semua user perhitungannya yaitu:

$$\text{Error Occurrence Rate} = \frac{\text{Number of error}}{\text{Total number of task attempts}}$$

- **Time per Completed Task**
Time per Completed task merupakan pengukuran jumlah waktu yang dibutuhkan oleh pengguna untuk menyelesaikan tugas yang diberikan saat menggunakan produk atau layanan, diukur dalam satuan menit dan detik. Pengukuran ini menyajikan rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu tugas. Untuk mendapatkan nilai rata-rata dari hasil perhitunga, digunakan perhitungan yang dilakukan dengan cara menghitung rata-rata dari semua waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan semua tugas.

2.4.1.1 System Usability Scale (SUS)

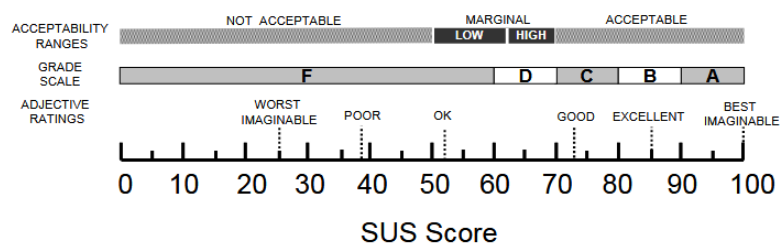
System Usability Scale (SUS) merupakan kuisisioner pengukuran yang sederhana dan terdiri dari 10 items yang memberikan penilaian subjektif secara global terhadap usability (Brooke, 2013). SUS diberikan kepada responden setelah responden menggunakan sistem yang akan dievaluasi. Dari 10 items yang ada terdapat penilaian yang terdiri dari 5 skala mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju seperti pada gambar 2.10.

	Strongly disagree				Strongly agree
1. I think that I would like to use this system frequently	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
2. I found the system unnecessarily complex	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
3. I thought the system was easy to use	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
4. I think that I would need the support of a technical person to be able to use this system	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
5. I found the various functions in this system were well integrated	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
6. I thought there was too much inconsistency in this system	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
7. I would imagine that most people would learn to use this system very quickly	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
8. I found the system very cumbersome to use	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
9. I felt very confident using the system	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5
10. I needed to learn a lot of things before I could get going with this system	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	1	2	3	4	5

Gambar 2.10 List Item pada SUS

Sumber: (Brooke, 2013)

Dari 10 items pertanyaan SUS, masing-masing nomor ganjil (1,3,5,7,9) merupakan pertanyaan yang bernilai negatif sementara pertanyaan dengan nomor genap (2,4,6,8,10) merupakan pertanyaan dengan nilai yang positif. Perhitungan untuk setiap nomor ganjil dan genap menggunakan rumus yang berbeda dan sesuai skala yang diberikan oleh responden. Skala jawaban yang diberikan responden dengan rentang nilai 1-5. Dengan keterangan, 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju). Perhitungan skor untuk pertanyaan bernomor ganjil akan dihitung dengan cara angka 5 dikurangi dengan skala yang dipilih responden. Nomor pertanyaan genap akan dihitung dengan cara skala yang dipilih responden dikurangi dengan angka 1. Skor dari setiap pertanyaan dikalikan dengan nilai 2,5 dan dijumlahkan keseluruhan untuk mendapatkan hasil akhir. Hasil akhir dari penilai SUS memiliki nilai dengan skala 0-100 dan penilaian dikelompokkan ke dalam beberapa angka seperti pada Gambar 2.11



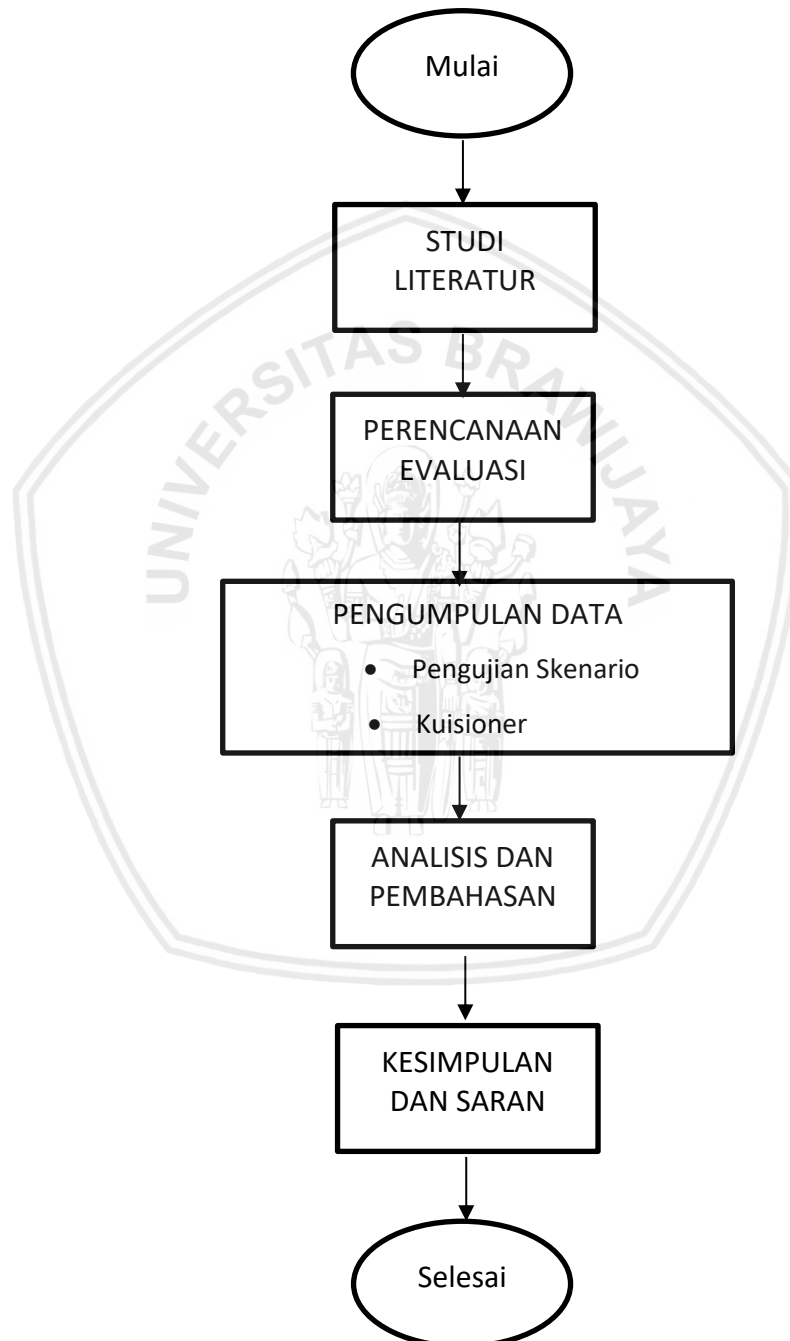
Gambar 2.11 Skor Penilaian SUS

Sumber: (Brooke, 2013)



BAB 3 METODOLOGI

Metode penelitian bertujuan untuk menguraikan seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama penelitian berlangsung. Gambar 3.1 mengilustrasikan alur secara sistematis melalui langkah-langkah yang spesifik untuk digunakan dalam penelitian.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

3.1 Studi Literatur

Penelitian ini dimulai dengan melakukan studi literatur terhadap teori pendukung dan penelitian terdahulu tentang *usability*, pengujian *usability*, SUS dan UEQ serta penelitian sebelumnya yang membahas topik yang sama untuk dijadikan bahan rujukan dan landasan teori dalam penelitian. Dari landasan teori tersebut ditentukan parameter yang akan digunakan dalam pengujian dan data kuisisioner.

3.2 Perencanaan Pengujian

3.2.1 Penentuan Responden

Pada tahap ini akan ditentukan responden yang akan terlibat di dalam penelitian. Responden yang dipilih akan menjalani pengujian *usability* dan pengisian kuisisioner dalam penelitian. Responden yang dipilih dalam pengujian ini berjumlah 10 orang berusia 15-34 tahun yang belum pernah menggunakan ketiga aplikasi tersebut. Rentang usia tersebut dipilih berdasarkan data dari lembaga riset Snapcart, dimana jumlah pengguna *e-commerce* yang tertinggi yaitu dalam rentang usia 15 sampai 24 tahun dan 25 sampai 34 tahun (Generasi X). Responden yang dipilih berjumlah 25 orang responden untuk kuisisioner UEQ yang merupakan jumlah minimum untuk partisipan UEQ (UEQ Handbook, 2015)

3.2.2 Perancangan Pengujian

Peralatan dan bahan yang akan digunakan dalam pengujian yaitu

1. Laptop merk Toshiba tipe Satellite L630, CPU Intel Core i3, dengan sistem operasi Windows 7, spesifikasi RAM 3GB, browser google chrome dan website Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com
2. Untuk mengukur waktu yang diperlukan responden dalam melakukan pengujian, digunakan aplikasi penghitung waktu dalam satuan detik dan menit.

3.2.3 Parameter Pengujian

Dalam penelitian ini, pengujian *usability* akan meneliti tiga aspek sesuai dengan definisi *usability* menurut ISO. Aspek *effectiveness* dan *efficiency* akan diukur melalui pengujian secara objektif yaitu pengujian skenario. Parameter pengujian dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Parameter pengujian

No	Parameter	Penjelasan
1	<i>Task Completed</i>	Tingkat keberhasilan pengerjaan tugasn yang dilakukan oleh responden
2	<i>Error rate during task performance</i>	Pengukuran tingkat kesalahan yang dilakukan oleh responden saat menyelesaikan tugas
3	<i>Time per completed task</i>	Waktu yang diperlukan oleh responden dalam pengerjaan tugas.
4	<i>Number of clics during task</i>	Jumlah klik yang dilakukan oleh responden selama pelaksanaan tugas.

3.2.4 Pengujian Skenario

Pada tahapan ini akan dilakukan pengujian yang dilakukan oleh responden pada ketiga situs web yang akan diujikan. Jumlah responden 10 orang untuk pengujian (Macefield, 2016) berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Sebelum responden melakukan uji skenario, peneliti akan menjelaskan maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini serta pengarahan tentang apa yang harus dilakukan selama pengujian agar responden mengerti dan tidak bingung dengan apa yang harus dilakukan. Setiap responden akan melakukan tugas yang ada dalam skenario pada ketiga situs web sesuai dengan skenario. Setiap responden yang telah menyelesaikan satu pengujian dalam satu website akan diberikan waktu jeda dan pengalihan sebelum melanjutkan uji skenario pada situs web. Peneliti tidak memberikan batas waktu pengujian agar responden merasa nyaman dan tidak dibatasi oleh waktu sehingga dapat melakukan tugas dengan nyaman. Daftar tugas yang harus dilakukan oleh responden terdapat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2 Daftar Tugas Pengujian Skenario

No	TUGAS
1	Mencari barang menggunakan kolom pencarian
2	Mencari barang berdasarkan kategori tertentu
3	Mencari barang dengan filter kategori ukuran, harga dan warna tertentu
4	Memasukkan barang ke kategori wishlist
5	Melakukan transaksi pembelian barang

Berdasarkan tugas yang dilakukan dalam pengujian skenario yang akan dilakukan oleh partisipan, peneliti akan membuat tabel *checklist* pada masing-masing parameter. Tabel 3.3 merupakan tabel *checklist* parameter task completed, jika pengguna berhasil melakukan tugas maka akan ditandai dengan angka “1” dan jika tidak berhasil diisi dengan angka “0”.

Tabel 3.3 Tabel *checklist* parameter task completed

Nama Responden	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
<i>Task Completed</i>								
<i>Task Complexion Rate</i>								

Tabel 3.4 merupakan tabel untuk parameter *error rate*, untuk setiap tugas yang dilakukan dalam pengujian, akan dihitung berapa kesalahan yang dilakukan oleh partisipan dalam setiap tugas. Jika partisipan tidak melakukan kesalahan dalam tugas maka akan diisi dengan “0”. Jika partisipan melakukan kesalahan maka akan diisikan jumlah kesalahan pada kolom tugas.

Tabel 3.4 Tabel parameter *error rate*

Nama Responden	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
<i>Error Rate</i>								
<i>Global Error Rate</i>								

Tabel 3.5 merupakan tabel untuk parameter *time per completed task*, waktu yang diperlukan responden di setiap tugas yang dilakukan akan diukur menggunakan *timer* satuan detik, dan akan waktu untuk setiap tugas akan dituliskan di dalam tabel dan akan dihitung rata-rata waktu yang dibutuhkan responden untuk menyelesaikan setiap tugas.

Tabel 3.5 Tabel parameter *time per completed task*

Nama Responden	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
<i>Geo Mean</i>								
<i>Global Geo Mean</i>								

Tabel 3.6 merupakan tabel untuk parameter *number of clicks*, setiap klik yang dilakukan oleh responden dalam melakukan tugas akan dihitung, dan jumlahnya akan dituliskan ke dalam tabel. Rata-rata jumlah klik yang dilakukan per tugas akan dituliskan di kolom *mean*.

Tabel 3.6 Tabel parameter *number of clicks*

Nama Responden	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
<i>Mean of Total Clicks</i>								
<i>Global Mean</i>								

Setelah responden melakukan pengujian skenario, responden akan diminta untuk memberikan tanggapan tentang respon dan permasalahan yang dialami saat melakukan pengujian skenario di situs web, kemudian mengisi kuisioner SUS dan kuisioner UEQ.

3.2.5 Kuisioner SUS

Setelah responden melakukan pengujian *usability* dengan melakukan tugas-tugas yang terdapat dalam skenario yang telah diberikan dan memberikan tanggapan, responden akan mengisi kuisioner *system usability scale* (SUS) yang terdiri dari 10 items dan memiliki rentang jawaban dari angka 1-5 seperti yang terdapat pada Tabel 3.7

Tabel 3.7 Kuisiener SUS

No	Pernyataan	Jawaban				
1.	Saya merasa bahwa saya ingin lebih sering menggunakan situs web ini.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2.	Saya merasa bahwa situs web ini terlalu rumit.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3.	Saya pikir situs web ini mudah digunakan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4.	Saya berpikir bahwa saya akan membutuhkan bantuan dari seorang ahli untuk dapat menggunakan situs web ini.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5.	Saya menganggap berbagai fitur di situs web ini terintegrasi dengan baik.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6.	Saya pikir terlalu banyak ketidakkonsistenan di situs web ini.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
7.	Saya pikir bahwa kebanyakan orang akan dapat belajar menggunakan situs web ini dengan cepat.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
8.	Saya merasa situs web ini merepotkan untuk digunakan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
9.	Saya merasa sangat percaya diri saat menggunakan situs web ini.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
10.	Saya perlu belajar banyak hal terlebih dahulu sebelum menggunakan situs web ini.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

3.2.6 User Experience Questionnaire (UEQ)

Responden akan mengisi kuisiener UEQ yang terdiri dari 26 items pertanyaan yang meliputi aspek daya tarik (*attractiveness*), efisiensi (*efficiency*), kejelasan

(*perspicuity*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*) dan kebaruan (*novelty*). Daftar items pada kuisisioner UEQ terdapat pada Gambar 3.2

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Monoton	3
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari	4
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat	5
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan	6
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Menarik	7
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi	8
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lambat	9
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional	10
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mendukung	11
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Buruk	12
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sederhana	13
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan	14
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Terdepan	15
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nyaman	16
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman	17
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Efisien	20
jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan	21
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Praktis	22
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan	23
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif	24
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna	25
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Inovatif	26

Gambar 3.2 Kuisisioner UEQ

Sumber: (UEQ Handbook, 2015)

3.3 Analisis dan Pembahasan

Pada tahapan ini, data yang telah diperoleh dari pengujian dan kuisisioner akan di analisis dan dibahas.

3.3.1 Pengujian Skenario

- *Parameter task success rate*, pada parameter ini akan diukur seberapa banyak tugas yang berhasil dilakukan oleh user dari daftar tugas yang diberikan. Pengukuran akan menggunakan table checklist, dan kemudian akan diketahui persentase tugas yang berhasil dilakukan oleh user. Setelah nilai task success rate setiap objek didapatkan, akan dibandingkan mana yang memiliki nilai tertinggi
- *Error rate during task performance*, pada parameter ini akan diukur jumlah kesalahan yang dilakukan oleh responden saat melakukan tugas yang diberikan. Jumlah kesalahan dihitung berdasarkan kill yang dilakukan, apakah sesuai dengan urutan untuk melakukan tugas tersebut secara benar.
- *Time per completed task*, pada parameter ini akan dilakukan penghitungan waktu yang diperlukan untuk melakukan tugas pada masing-masing objek. Semakin rendah waktu yang diperlukan berarti semakin efisien penyelesaian tugas yang dilakukan
- *Number of clicks during task*, pada parameter ini akan diukur jumlah klik yang dilakukan oleh responden saat menyelesaikan tugas pada masing-masing website. Jumlah klik yang lebih rendah menandakan semakin efisien tugas yang diselesaikan karena tidak memerlukan jumlah klik yang banyak.

3.3.2 System Usability Scale

Setelah menyampaikan pendapat terhadap situs yang diuji, responden akan diminta untuk mengisi kuisioner SUS. Kuisioner ini digunakan agar responden bisa memberikan nilai untuk masing-masing situs yang diuji (Ross, 2017). Pada bagian pembahasan kuisioner SUS, datang yang telah didapat akan di konversi sesuai dengan perhitungan SUS untuk mendapatkan nilai perhitungan dari masing-masing situs, Setelah nilai akhir didapat, ketiga nilai tersebut akan dianalisis dan dibandingkan untuk mengetahui hasil dari perbandingan nilai kuisioner SUS dari ketiga situs tersebut.

3.3.3 Tanggapan

Setelah selesai melakukan pengujian skenario dan mengisi kuisioner, responden akan diminta memberikan opini keseluruhan tentang pengalaman yang dirasakan, tanggapan dan hambatan yang dirasakan dan dialami saat melakukan tugas pada ketiga situs yang diuji.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 10 orang untuk pengujian skenario. Responden yang mengikuti pengujian dipilih berdasarkan yang belum pernah menggunakan ketiga situs tersebut (pengguna baru) agar saat pengujian dilakukan, responden yang baru pertama kali menggunakan situs bisa memberikan penilaian secara objektif. Setelah melakukan pengujian, responden akan mengisi kuisioner SUS. Berikut adalah data diri responden pengujian skenario dan kuisioner SUS dalam Tabel 4.1

Tabel 4.1 Data diri responden pengujian skenario

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Yuni	28 Tahun	Ibu Rumah Tangga
2	Iman	33 Tahun	PNS
3	Rahma	27 Tahun	Ibu Rumah Tangga
4	Desi	21 Tahun	Mahasiswi
5	Annisa	30 Tahun	PNS
6	Ayu	20 Tahun	Mahasiswi
7	Beni	22 Tahun	Mahasiswa
8	Rendra	34 Tahun	PNS
9	Pitri	20 Tahun	Mahasiswi
10	Margareth	16 Tahun	Pelajar

Untuk pengujian aspek *user experience*, digunakan kuisioner UEQ dengan jumlah responden 25 orang yang sudah pernah menggunakan ketiga situs tersebut. 10 orang responden diambil dari responden pengujian usability sebelumnya. Berikut adalah data diri responden kuisioner UEQ dalam Tabel 4.2

Tabel 4.2 Data diri responden kuisioner UEQ

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Yuni	28 Tahun	Ibu Rumah Tangga
2	Iman	33 Tahun	PNS
3	Rahma	27 Tahun	Ibu Rumah Tangga
4	Desi	21 Tahun	Mahasiswi

Tabel 4.2 Data diri responden kuisisioner UEQ (Lanjutan)

5	Annisa	30 Tahun	PNS
6	Ayu	20 Tahun	Mahasiswi
7	Beni	22 Tahun	Mahasiswa
8	Rendra	34 Tahun	PNS
9	Pitri	20 Tahun	Mahasiswi
10	Margareth	16 Tahun	Pelajar
11	Gabriella	25 Tahun	Mahasiswi
12	Jesslyn	19 Tahun	Mahasiswi
13	Karin	22 Tahun	Mahasiswi
14	Putri	21 Tahun	Mahasiswi
15	Ahmad	27 Tahun	Wiraswasta
16	Widhi	29 Tahun	Karyawati
17	Widia	18 Tahun	Pelajar
18	Inka	22 Tahun	Mahasiswi
19	Amalia	26 Tahun	PNS
20	Elsa	24 Tahun	Wiraswasta
21	Felia	23 Tahun	PNS
22	Ratna	21 Tahun	Mahasiswi
23	Natalina	32 Tahun	Wiwaswasta
24	Sari	27 Tahun	Wiraswasta
25	Evita	22 Tahun	Mahasiswi

4.2 Hasil Pengujian

Pengujian skenario terdiri dari 3 aspek yaitu aspek *efficiency*, *effectiveness* dan *satisfaction*. Aspek *effectiveness* dan *efficiency* akan diuji melalui pengujian skenario sedangkan aspek *satisfaction* diukur melalui pengisian kuisisioner SUS.

Dalam pengujian skenario ini, terdapat empat parameter yang diuji untuk setiap responden yaitu *task completed* dan *error rate during performance* yang masuk ke dalam aspek *effectiveness*. Parameter *time per completed task* dan *number of clicks* yang masuk ke dalam aspek *efficiency*. Responden akan diminta untuk melakukan tugas-tugas pada ketiga situs tersebut. Tugas-tugas yang akan dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Daftar skenario tugas

No	TUGAS	Keterangan
1	Mencari barang menggunakan kolom pencarian	Responden akan diminta untuk mencari produk menggunakan fitur pencarian pada setiap situs dengan mengetikkan jenis produk pada fitur pencarian
2	Mencari barang berdasarkan kategori tertentu	Responden akan diminta untuk mencari barang yang memiliki kategori tertentu seperti warna , harga dan ukuran.
3	Mencari barang dengan filter kategori ukuran, harga dan warna tertentu	Responden akan mencari produk yang memiliki kriteria tertentu (harga, ukuran, warna)
4	Memasukkan barang ke kategori wishlist	Responden akan diminta untuk memasukan produk yang ke kategori wishlist (favorit)
5	Melakukan transaksi pembelian barang	Responden akan melakukan transaksi pembelian produk yang sudah dipilih, mulai dari pemilihan produk, pembayaran dan sampai nomor order telah didapatkan.

4.2.1 Hasil Pengujian Skenario

a. Salestock.co.id

Pengujian skenario untuk situs web Salestock.co.id dilakukan dengan 10 orang responden. Responden melakukan tugas-tugas di situs tersebut berdasarkan skenario yang ada. Terdapat empat parameter yang dinilai saat responden melakukan pengujian. Masing-masing parameter akan dinilai dalam tabel *checklist*. Hasil dari pengujian yang dilakukan responden untuk situs Salestock.co.id parameter kesuksesan tugas terdapat pada Tabel 4.4 parameter jumlah kesalahan dalam melakukan tugas (*error rate*) terdapat pada Tabel 4.5, parameter *time per completed task* terdapat pada Tabel 4.6, dan parameter *number of clicks* terdapat pada Tabel 4.7

Tabel 4.4 Checklist parameter task completed Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	1	1	1	1	1
2	Iman	1	1	1	0	1
3	Rahma	1	1	1	1	1
4	Desi	1	1	1	1	1
5	Monik	1	1	1	1	1
6	Ayu	1	1	1	1	1

Tabel 4.4 Checklist parameter *task completed* Salestock.co.id (Lanjutan)

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
7	Beni	1	1	1	1	1
8	Citra	1	1	1	0	1
9	Nur	1	1	1	0	1
10	Rendra	1	1	1	1	1

Tabel 4.5 Table parameter *error during task performance* Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	0	1	0	1	1
2	Iman	0	0	0	1	0
3	Rahma	0	0	0	1	0
4	Desi	0	0	0	1	0
5	Monik	0	0	0	0	0
6	Ayu	1	0	0	0	0
7	Beni	0	0	0	0	0
8	Citra	0	0	0	0	0
9	Nur	0	0	0	0	0
10	Rendra	0	0	0	0	0

Tabel 4.6 Parameter *time per completed task* Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	25	27	15	6	54
2	Iman	6	24	35	15	72
3	Rahma	10	12	13	6	73
4	Desi	9	14	12	7	67
5	Minik	7	12	23	11	79
6	Ayu	7	14	27	8	80
7	Beni	8	15	28	7	75
8	Citra	8	14	29	8	75
9	Nur	7	13	43	31	88
10	Rendra	8	12	37	32	92

Tabel 4.7 Parameter *number of clicks* Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	3	3	7	2	7
2	Iman	3	4	7	2	8
3	Rahma	3	4	7	2	8
4	Desi	3	4	7	2	8
5	Monik	3	4	7	2	8
6	Ayu	4	4	7	2	8
7	Beni	3	4	7	2	8
8	Citra	3	4	7	2	8
9	Nur	3	4	7	2	8
10	Rendra	3	4	7	2	8

b.Vipplaza.co.id

Pengujian skenario untuk situs web Vipplaza.co.id dilakukan dengan 10 orang responden. Responden melakukan tugas-tugas di situs tersebut berdasarkan skenario yang ada. Terdapat empat parameter yang dinilai saat responden melakukan pengujian. Masing-masing parameter akan dinilai dalam tabel *checklist*. Hasil dari pengujian yang dilakukan responden untuk situs Salestock.co.id parameter kesuksesan tugas terdapat pada Tabel 4.8, parameter jumlah kesalahan dalam melakukan tugas (*error rate*) terdapat pada Tabel 4.9, parameter *time per completed task* terdapat pada Tabel 4.10, dan parameter *number of clicks* terdapat pada Tabel 4.11

Tabel 4.8 Checklist parameter task completed Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	1	1	1	1	1
2	Iman	1	1	1	0	1
3	Rahma	1	1	1	1	1
4	Desi	1	1	1	1	1
5	Monik	1	1	1	1	1
6	Ayu	1	1	0	1	1
7	Beni	1	1	1	1	1
8	Citra	1	1	1	1	0
9	Nur	1	1	1	1	1
10	Rendra	1	1	1	1	1

Tabel 4.9 Parameter error during task performance Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	0	0	0	1	1
2	Iman	0	1	0	1	0

Tabel 4.9 Parameter *error during task performance* Vipplaza (Lanjutan)

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
3	Rahma	0	0	0	1	0
4	Desi	0	0	0	1	0
5	Monik	0	0	0	0	0
6	Ayu	1	0	0	0	0
7	Beni	0	0	0	0	0
8	Citra	0	0	0	0	0
9	Nur	0	0	0	0	0
10	Rendra	0	0	0	0	0

Tabel 4.10 Parameter *time per completed task* Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	8	21	34	78	102
2	Iman	8	20	31	62	111
3	Rahma	5	13	21	29	82
4	Desi	6	15	50	32	110
5	Monik	7	14	33	32	85
6	Ayu	6	16	39	33	87
7	Beni	7	14	39	29	89
8	Citra	8	14	46	32	79
9	Nur	7	13	43	31	88
10	Rendra	8	12	37	32	92

Tabel 4.11 Parameter *number of clicks* Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	3	3	6	2	6
2	Iman	3	4	6	2	7
3	Rahma	3	3	5	2	7
4	Desi	3	3	6	3	7
5	Monik	3	3	6	3	7
6	Ayu	4	3	6	3	7
7	Beni	3	3	6	3	7
8	Citra	3	3	6	3	7
9	Nur	3	3	6	3	7
10	Rendra	3	3	6	3	7

C. Berrybenka.com

Pengujian skenario untuk situs web Berrybenka dilakukan dengan 10 orang responden yang belum pernah menggunakan situs Berrybenka.com. Responden melakukan tugas-tugas di situs tersebut berdasarkan skenario yang ada. Terdapat empat parameter yang dinilai saat responden melakukan pengujian. Masing-masing parameter akan dikur dan dinilai, hasil dari penilaian akan dimasukkan ke dalam tabel *checklist*. Hasil dari pengujian yang dilakukan responden untuk situs Salestock.co.id parameter kesuksesan tugas terdapat pada Tabel 4.12, Parameter jumlah kesalahan dalam melakukan tugas (*error rate*) terdapat pada Tabel 4.13, parameter *time per completed task* terdapat pada Tabel 4.14, dan parameter *number of clicks* terdapat pada Tabel 4.15

Tabel 4.12 Checklist parameter *task completed* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	1	1	1	1	1
2	Iman	1	1	1	1	1
3	Rahma	1	1	1	1	1
4	Desi	1	1	1	0	1
5	Monik	1	1	1	1	1
6	Ayu	0	1	1	1	0
7	Beni	1	1	1	1	1
8	Citra	1	1	1	1	0
9	Nur	1	1	1	1	1
10	Rendra	1	1	1	1	1

Tabel 4.13 Parameter *error during task performance* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	0	0	0	0	0
2	Iman	0	0	0	0	1
3	Rahma	0	0	1	1	0
4	Desi	0	0	0	1	1
5	Monik	0	0	0	0	0
6	Ayu	1	0	0	0	1
7	Beni	0	0	0	0	1
8	Citra	1	0	0	0	1
9	Nur	0	0	0	0	0
10	Rendra	0	0	0	0	0

Tabel 4.14 Parameter *time per completed task* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	8	21	39	45	88
2	Iman	8	20	36	61	82
3	Rahma	8	13	28	29	73
4	Desi	10	10	41	47	54
5	Monik	10	11	37	39	73
6	Ayu	16	8	21	32	62
7	Beni	12	14	39	28	84
8	Citra	18	18	43	29	78
9	Nur	8	14	27	22	54
10	Rendra	8	18	39	45	77
	<i>Mean</i>	10.6	14.7	35	37.7	72.5
<i>Global Mean</i>		34.1				

Tabel 4.15 Parameter *number of clicks* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	3	3	7	3	7
2	Iman	3	3	6	2	7
3	Rahma	3	3	6	2	7
4	Desi	3	3	7	3	6
5	Monik	3	3	7	3	7
6	Ayu	3	3	7	3	6
7	Beni	3	3	7	2	6
8	Citra	3	3	7	2	6
9	Nur	3	3	7	3	7
10	Rendra	3	3	7	3	7

4.2.2 Kuisisioner SUS

Setelah melakukan pengujian skenario, 10 orang responden akan diminta untuk mengisi kuisisioner SUS. Responden akan diminta untuk mengisi kuisisioner untuk masing-masing situs web. Kuisisioner SUS terdiri dari 10 pertanyaan dan responden akan mengisi jawaban sesuai dengan skala yang terdapat pada kuisisioner. Skala 1 (Sangat Tidak Setuju), Skala 2 (Tidak Setuju), Skala 3 (Netral), Skala 4 (Setuju), Skala 5 (Sangat Tidak Setuju). Hasil dari jawaban responden akan dikonversikan ke dalam perhitungan sesuai dengan standar SUS di bagian pembahasan. Hasil dari jawaban responden untuk kuisisioner SUS di ketiga situs web terdapat pada Tabel 4.16, Tabel 4.17 dan Tabel 4.18

a.Salestock.co.id

Tabel 4.16 Hasil kuisioner SUS Salestock.co.id

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	Yuni	4	3	4	1	4	2	4	2	5	3
2	Iman	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3
3	Rahma	5	3	4	1	5	2	3	3	3	2
4	Desi	3	3	4	2	5	1	4	3	4	3
5	Monik	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2
6	Ayu	4	2	4	1	4	2	4	3	3	2
7	Beni	2	2	4	2	4	3	4	2	3	2
8	Citra	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2
9	Nur	3	3	4	4	5	1	4	3	3	2
10	Rendra	3	1	4	4	5	2	4	2	3	2

b. Vipplaza.co.id

Tabel 4.17 Hasil kuisioner SUS Vipplaza.co.id

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	Yuni	3	3	4	1	4	2	3	3	3	2
2	Iman	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3
3	Rahma	4	1	4	1	5	2	4	2	2	2
4	Desi	3	3	3	2	4	3	4	2	2	3
5	Monik	4	2	4	1	4	2	3	2	4	2
6	Ayu	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3
7	Beni	3	2	4	1	3	2	3	2	4	3
8	Citra	3	3	3	1	4	2	3	3	3	2
9	Nur	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2
10	Rendra	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3

C.Berrybenka.com

Tabel 4.18 Tabel hasil kuisioner SUS Berrybenka.com

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	Yuni	4	3	4	3	4	2	3	2	3	3
2	Iman	4	3	3	3	4	2	3	2	3	3
3	Rahma	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2

Tabel 4.18 Tabel Hasil Kuisisioner SUS Berrybenka.com (Lanjutan)

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
4	Desi	4	3	3	2	4	2	4	2	3	3
5	Monik	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2
6	Ayu	5	3	4	3	4	2	4	2	4	3
7	Beni	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2
8	Citra	3	2	4	2	4	2	3	3	3	2
9	Nur	4	2	4	3	4	2	4	2	4	3
10	Rendra	4	3	3	3	4	2	3	2	3	3

4.3 Hasil Kuisisioner UEQ

Pada bagian ini akan ditampilkan data yang telah diperoleh dari responden. Responden kuisisioner UEQ berjumlah 25 orang dengan usia 16-34 tahun. Setiap item dalam UEQ memiliki sepasang pilihan jawaban yang memiliki makna yang berlawanan seperti pada Gambar

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2

Gambar 4.1 Contoh *item* pada UEQ

Setiap butir pernyataan dalam kuisisioner UEQ memiliki rentang jawaban dari angka 1-7 dengan skala penilaian -3 (jawaban yang paling negatif) sampai 3 (jawaban yang paling positif). Terdapat 26 pernyataan yang meliputi 6 skala pengukuran yaitu daya tarik, ketepatan, kebaruan, kejelasan, efisiensi dan stimulasi Hasil pengumpulan data didapatkan dari responden kuisisioner UEQ yang berjumlah 25 orang. Nilai yang didapatkan merupakan nilai dengan rentang level 1-7 sesuai dengan jawaban responden, dan belum dikonversikan sesuai dengan bobot setiap jawaban yang bernilai negatif ke positif maupun positif ke negatif. Gambar 4.3, Gambar 4.4 dan Gambar 4.5 menampilkan hasil kuisisioner UEQ untuk ketiga situs tersebut.

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
5	4	4	3	3	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	3	2	5	3	5	4	5	3	3	3	5
5	5	3	3	3	6	6	5	3	3	4	3	5	5	5	5	2	6	2	5	2	5	2	3	3	5
7	3	1	1	1	7	7	3	2	2	5	1	5	6	6	4	4	3	4	5	3	4	2	1	3	7
6	6	2	3	2	5	5	3	1	4	6	2	4	7	7	7	2	4	4	7	1	7	2	2	3	7
4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	3	3	4
6	7	3	2	2	6	6	5	2	2	6	2	5	6	6	6	2	2	3	5	3	6	1	3	3	6
5	6	3	2	2	4	4	6	2	4	6	2	6	5	5	5	3	3	3	6	3	5	3	3	3	5
4	4	3	4	2	5	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4
6	6	1	1	2	6	6	6	2	1	6	2	6	6	6	6	2	2	2	5	2	6	1	2	2	6
4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4
6	7	3	1	3	3	3	6	2	3	6	3	6	5	5	6	2	5	4	5	3	5	4	3	2	4
5	6	2	2	1	5	6	5	2	2	6	1	6	6	6	6	2	2	2	5	2	6	3	2	1	5
6	5	4	3	1	4	5	6	2	2	7	1	6	5	4	7	3	3	2	6	2	7	2	2	3	4
5	5	5	4	3	3	4	4	3	3	5	3	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4
4	5	5	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	7	4	5	4	5	3	5	3	4	5	5	5
5	6	2	3	3	5	5	5	2	2	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	2	3	5	5
5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	4	3	5	5	3	5	4	4	3	5	3	5	3	3	3	5
5	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4
4	3	2	3	2	6	6	2	3	2	5	2	6	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5
5	5	5	4	3	3	5	3	4	5	3	5	5	3	4	3	1	3	3	4	5	5	4	6	6	5
5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	6	5	5	5	5	4	3	5	2	5	5	3	2	3
3	4	5	3	4	2	3	6	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	5	3	6	2	3	3	3	4
3	4	4	3	3	3	4	6	6	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
7	5	3	3	2	5	6	5	3	4	5	4	5	5	5	5	1	2	3	5	3	5	4	2	2	4

Gambar 4.2 Data kuisioner UEQ Salestock.co.id

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
3	5	3	2	4	5	5	5	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	3	4	6	5	3	3	4	5
3	5	2	2	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	4	4	3	2	6	5	3	3	5	4
4	5	2	2	3	3	4	5	3	2	5	2	6	4	3	5	3	4	2	6	2	4	3	4	3	3
3	6	3	3	3	3	6	4	5	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	6	6	3
5	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4	3	5	2	6	3	3	3	4
3	4	2	3	3	4	3	5	5	3	5	2	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4	2
4	5	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	5	4	3	5	4	5	5	3	3	5	6	5
4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2
6	5	2	3	1	6	6	6	2	2	6	2	5	6	5	6	1	2	2	6	2	6	1	2	2	6
5	4	2	4	4	5	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
6	5	3	2	3	5	5	4	3	3	5	2	6	6	4	5	3	4	2	4	3	3	4	2	3	4
4	5	2	3	3	3	4	5	6	2	5	3	5	3	4	5	4	5	4	6	5	5	4	5	4	3
5	6	3	3	2	5	6	5	3	4	6	1	5	6	4	7	2	2	1	7	1	7	1	2	2	4
5	4	3	2	3	4	4	5	4	3	5	3	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	3	3	3	4
5	5	3	3	4	4	3	5	3	3	4	4	5	4	5	4	2	5	4	6	3	4	3	5	4	4
5	5	4	2	3	3	5	5	3	4	5	2	5	5	4	5	4	3	2	6	2	5	2	2	2	4
5	5	2	2	2	5	5	4	3	3	4	2	5	5	4	5	4	4	3	5	3	5	2	2	3	4
4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3
5	6	4	3	2	4	5	5	3	4	5	2	5	5	2	4	3	4	3	6	3	5	3	4	3	3
7	6	2	1	1	6	7	5	1	2	7	1	6	6	6	7	1	1	2	7	1	7	1	1	1	6
5	5	3	3	4	4	5	5	4	3	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4
4	5	3	3	2	5	6	6	3	5	2	6	6	6	6	6	3	3	2	6	2	6	2	3	2	6
3	5	5	3	4	3	3	5	5	3	4	3	4	2	2	4	4	3	4	2	6	4	4	5	5	4
5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	2	4	3	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	3	4	5	5	3	4	5	2	5	5	5	5	3	3	3	5	3	5	2	3	2	4

Gambar 4.3 Data kuisioner UEQ Vipplaza.co.id

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	5	4	3	4	5	4	4	6	3	3	3	5	4
5	5	2	3	3	4	3	5	2	3	4	3	4	5	5	5	3	4	5	4	3	5	2	2	3	6
2	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	6	4	4	2	2	6	5	2	4	3	6	4	4	4
7	7	3	2	3	6	6	5	1	4	5	2	6	7	6	7	1	3	1	4	3	5	2	4	4	5
5	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4
6	4	2	2	4	5	6	4	2	2	5	2	6	6	6	5	2	4	3	5	3	5	3	3	3	4
4	5	3	3	3	4	4	3	3	3	5	3	2	5	4	3	3	5	5	3	4	5	5	3	4	4
5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	3
6	6	2	1	3	5	6	5	2	2	5	2	4	6	6	5	2	2	1	6	3	4	1	3	3	6
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	3	5	4	4
7	6	2	2	3	5	6	4	4	2	5	2	4	6	5	5	2	3	4	5	2	4	2	2	2	5
4	3	5	3	4	5	5	5	2	2	5	2	2	6	5	6	2	2	3	5	3	5	2	3	3	6
7	5	1	2	3	5	5	5	2	2	5	1	5	5	6	5	1	2	1	5	3	5	1	2	2	6
5	5	3	3	4	5	6	5	4	2	5	3	4	5	5	4	2	3	3	4	3	5	3	3	3	5
5	5	2	3	3	4	6	5	3	4	5	3	5	4	5	6	3	4	3	5	3	5	3	2	3	3
6	6	2	2	2	6	6	5	4	2	5	2	6	6	5	6	4	3	3	5	3	6	3	3	2	6
5	5	3	3	3	3	3	5	2	4	4	3	5	3	3	3	4	4	4	5	3	5	5	3	5	4
5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4
3	5	3	4	2	5	5	3	5	3	5	3	2	4	5	2	4	5	4	3	4	3	5	4	4	5
6	6	3	1	3	3	5	5	1	3	6	1	4	5	4	5	1	2	2	3	1	5	1	3	1	1
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
6	6	1	2	2	5	6	5	2	4	6	2	4	4	7	5	3	1	1	6	1	5	2	3	2	7
5	5	3	3	4	5	5	4	2	4	5	3	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4
4	5	3	4	4	4	4	5	5	3	6	3	6	5	3	4	3	3	4	6	2	5	2	3	3	4
6	5	2	2	3	6	6	5	3	3	5	3	4	5	6	5	2	3	3	4	3	6	3	3	3	5

Gambar 4.4 Data kuisioner UEQ Berrybenka.com

Setelah data jawaban responden didapatkan, jawaban yang berisi nilai tersebut akan dikonversi sesuai dengan bobotnya masing-masing. Konversi tersebut dilakukan berdasarkan jenis tiap pernyataan. Jika pernyataan memiliki jawaban dari positif ke rentang negatif, maka jawaban nilai 1 akan dikonversi memiliki bobot 3, jawaban 2 memiliki bobot 2 dan seterusnya sampai jawaban 7 akan memiliki bobot -3. Sebaliknya, dalam pernyataan yang dimulai dengan jawaban negatif, penilaian angka 1 akan memiliki bobot -3, angka 4 akan memiliki bobot 0 dan seterusnya sampai penilaian angka 7 akan memiliki bobot +3. Hasil konversi penilaian kuisioner UEQ pada Salestock.co.id Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com terdapat pada Gambar 4.6, Gambar 4.7 dan Gambar 4.9

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
-1	-1	1	0	0	0	0	-1	0	1	0	1	-2	1	0	-1	0	-1	0	0	-2	-1	1	1	-1	0
1	1	2	1	1	0	-1	1	2	1	0	1	0	1	1	1	1	0	-1	0	1	1	2	2	1	2
-2	1	1	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	2	0	0	-2	2	-2	-1	-2	0	-1	-2	0	0	0
3	3	1	2	1	2	2	1	3	0	1	2	2	3	2	3	3	1	3	0	1	1	2	0	0	1
1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	-1	0	0	0	1	0	0	0
2	0	2	2	0	1	2	0	2	2	1	2	2	2	2	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	0
0	1	1	1	1	0	0	-1	1	1	1	1	-2	1	0	-1	1	-1	-1	-1	0	1	-1	1	0	0
1	0	0	1	0	0	0	-1	0	0	-1	0	-1	0	0	0	0	1	0	0	-1	-1	1	1	0	-1
2	2	2	3	1	1	2	1	2	2	1	2	0	2	1	2	2	3	2	1	0	3	1	1	1	2
1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	-1	0	-1	0	1	0	0	1	0	0	-1	-1	1	-1	0	0
3	2	2	2	1	1	2	0	0	2	1	2	0	2	1	1	2	1	0	1	2	0	2	2	2	1
0	-1	-1	1	0	1	1	1	2	2	1	2	-2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2
3	1	3	2	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	2	1	3	2	3	1	1	1	3	2	2	2
1	1	1	1	0	1	2	1	0	2	1	1	0	1	1	0	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1
1	1	2	1	1	0	2	1	1	0	1	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	2	1	-1
2	2	2	2	2	2	2	2	1	0	2	1	2	2	2	1	2	0	1	1	1	1	2	1	1	2
1	1	1	1	1	-1	-1	1	2	0	0	1	1	-1	-1	-1	0	0	0	1	1	1	-1	1	-1	0
1	0	0	0	0	1	-1	0	0	-1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	-1	0	-1	0	0	0
-1	1	1	0	2	1	1	-1	-1	1	1	1	-2	0	1	-2	0	-1	0	-1	0	-1	-1	0	0	1
2	2	1	3	1	-1	1	1	3	1	2	3	0	1	0	1	3	2	2	-1	3	1	3	1	3	-3
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
2	2	3	2	2	1	2	1	2	0	2	2	0	0	3	1	1	3	3	2	3	1	2	1	2	3
1	1	1	1	0	1	1	0	2	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0
0	1	1	0	0	0	0	1	-1	1	2	1	2	1	-1	0	1	1	0	2	2	1	2	1	1	0
2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	0	1	2	1	2	1	1	0	1	2	1	1	1	1

Gambar 4.5 Hasil konversi kuisioner UEQ Salestock.co.id

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	0	0	1	1	1	1	-1	0	0	1	-1	0	1	1	-1	2	-1	1	1	0	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	-2	2	1	2	1	2	1	1	1
3	-1	3	3	3	3	3	-1	2	2	1	3	1	2	2	0	0	1	0	1	1	0	2	3	1	3
2	2	2	1	2	1	1	-1	3	0	2	2	0	3	3	3	2	0	0	3	3	3	2	2	1	3
0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	-1	-1	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	0
2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	3	1	1	2
1	2	1	2	2	0	0	2	2	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
0	0	1	0	2	1	-1	0	1	2	0	0	-1	-1	-1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0
2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2
0	1	0	0	1	-1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	-1	0	-1	-1	0	-1	0	0	1	1	0
2	3	1	3	1	-1	-1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	-1	0	1	1	1	0	1	2	0
1	2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1
2	1	0	1	3	0	1	2	2	2	3	3	2	1	0	3	1	1	2	2	2	3	2	2	1	0
1	1	-1	0	1	-1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	-1	0	-1	1	0	-1	0	0	-1	0	0
0	1	-1	2	0	-1	0	-1	0	1	0	-1	3	0	1	0	-1	-1	1	1	1	1	0	-1	-1	1
1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	2	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	-1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
0	-1	2	1	2	2	2	-2	1	2	1	2	2	1	1	-1	-1	-1	-1	1	-1	0	0	1	1	1
1	1	-1	0	1	-1	1	-1	0	-1	-1	-1	1	-1	0	-1	3	1	1	0	-1	1	0	-2	-2	1
1	1	0	-1	-1	0	1	1	0	0	1	0	2	1	1	1	-1	0	1	1	2	1	-1	1	2	-1
-1	0	-1	1	0	-2	-1	2	0	1	-1	0	-1	-1	-1	-1	0	-1	-1	-2	-2	1	1	1	0	0
-1	0	0	1	1	-1	0	2	-2	0	1	1	0	-1	-1	0	0	0	-1	1	-1	1	0	-1	0	-1
0	-1	0	0	0	0	0	-1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	-1	0	0	0	0	1
3	1	1	1	2	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	0	2	2	0

Gambar 4.6 Hasil konversi kuisioner UEQ Berrybenka.co.id

Items																									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
-1	1	1	2	0	1	1	1	0	1	0	1	-1	1	0	-1	0	1	1	0	-2	1	1	1	0	1
-1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	-2	-2	1	1	1	-1	0
0	1	2	2	1	-1	0	1	1	2	1	2	2	0	-1	1	1	0	2	2	2	0	1	0	1	-1
-1	2	1	1	1	-1	2	0	-1	2	-1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	-2	-2	-1
1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	2	2	1	1	1	0
-1	0	2	1	1	0	-1	1	-1	1	1	2	0	0	-1	0	0	0	0	-1	-1	0	1	1	0	-2
0	1	1	1	1	-1	-1	0	-1	1	-1	1	0	-1	1	0	1	-1	0	1	-1	-1	1	-1	-2	1
0	0	1	0	0	-1	-1	1	0	0	0	0	-1	-1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	-2
2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2
1	0	2	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
2	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	2	2	2	0	1	1	0	2	0	1	-1	0	2	1	0
0	1	2	1	1	-1	0	1	-2	2	1	1	1	-1	0	1	0	-1	0	2	-1	1	0	-1	0	-1
1	2	1	1	2	1	2	1	1	0	2	3	1	2	0	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	0
1	0	1	2	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0
1	1	1	1	0	0	-1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	2	-1	0	2	1	0	1	-1	0	0
1	1	0	2	1	-1	1	1	1	0	1	2	1	1	0	1	0	1	2	2	2	1	2	2	2	0
1	1	2	2	2	1	1	0	1	1	0	2	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	2	2	1	0
0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	-1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	-1
1	2	0	1	2	0	1	1	1	0	1	2	1	1	-2	0	1	0	1	2	1	1	1	0	1	-1
3	2	2	3	3	2	3	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0
0	1	1	1	2	1	1	2	-2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2
-1	1	-1	1	0	-1	-1	1	-1	1	0	1	0	-2	-2	0	0	1	0	-2	-2	0	0	-1	-1	0
1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	0
1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	0

Gambar 4.7 Hasil konversi kuisioner UEQ Vipplaza.co.id

4.4 Tanggapan Responden

Setelah melakukan pengujian *usability* akan diminta untuk memberikan kesan dan komentar terhadap masing-masing situs yang diujikan untuk mengetahui pengalaman mereka dan apa yang mereka rasakan saat melakukan pengujian di masing-masing situs. Responden juga akan diminta untuk memberikan tanggapan tentang hambatan dan kesulitan yang ditemukan saat melakukan tugas-tugas berdasarkan skenario yang dilakukan dalam pengujian. Kesan dan tanggapan yang diberikan oleh responden Salestock.co.id terdapat pada Tabel 4.19

Tabel 4.19 Tanggapan responden pengujian Salestock.co.id

No. Responden	Nama	Keterangan
1	Yuni	Menurut Yuni, tampilan salestock pada kesan pertama minimalis, tidak terlalu banyak warna yang digunakan, namun kesulitan dalam pencarian produk karena harus scroll ke bawah untuk mencari produk
2	Iman	Menurut Iman, filter kategori sulit untuk ditemukan, wishlist agak ambigu dan tampilan yang monoton, namun sangat memudahkan pengguna karena saat pembelian produk dan wishlist tidak harus masuk ke akun sehingga menghemat waktu.
3	Rahma	Menurut Rahma, situs salestock memiliki desain yang unik dan inovatif sesuai dengan zaman masa kini sehingga menarik minat pada kesan pertama, namun tampilan menu memiliki warna yang gelap sehingga agak sulit untuk digunakan
4	Desi	Menurut Desi, tampilan monoton dan harus scroll ke bawah seperti tampilan mobile, filter produk sulit untuk digunakan, namun pelanggan merasa mudah untuk melakukan pembelian dan wishlist karena tidak harus log in
5	Monik	Menurut Monik, tampilan situs standar, namun menyusahkan karena harus scroll ke bawah untuk melihat produk dan membutuhkan effort lebih. Tampilan sedikit membingungkan karena seperti tampilan mobile, namun deskripsi produk jelas dan lengkap, foto produk jelas
6	Ayu	Menurut Ayu, situs Salestock cukup mudah karena tidak perlu log-in untuk melakukan pembelian dan wishlist, namun untuk kategori menu masih sulit untuk digunakan karena letak yang membingungkan. Tampilan kreatif dan tidak membosankan
7	Beni	Menurut Beni, terlalu banyak menu pop-up dan notifikasi yang muncul di tengah-tengah halaman, namun tampilan minimalis dan tidak membingungkan

Tabel 4.19 Tanggapan responden pengujian Salestock.co.id

No. Responden	Nama	Keterangan
8	Citra	Menurut Citra, butuh effort lebih karena untuk pencarian produk harus scroll kebawah karena tampilan seperti mobile yaitu produk tampil memanjang ke bawah, dan agak memakan waktu. Tampilan kreatif, foto produk jelas dan tidak harus log-in untuk memasukkan produk ke kategori wishlist sehingga memudahkan pengguna.
9	nur	Menurut Nur, tampilan situs web mirip seperti tampilan mobile, sehingga pengguna harus scroll ke bawah untuk pencarian produk, tampilan monoton, banyak pop-up dan notifikasi yang muncul di tengah halaman sehingga menghambat, namun proses pembelian cukup mudah karena step yang dibutuhkan minim dan tujuan cepat tercapai.
10	Rendra	Menurut Rendra, tampilan salestock simple dan nyaman untuk dilihat, saat digunakan juga tidak perlu mengeluarkan effort yang banyak, pembelian produk mudah untuk dilakukan karena bisa langsung membeli produk tanpa harus jadi member, menu mudah untuk digunakan.

Tabel 4.20 Tanggapan responden pengujian Vipplaza.co.id

No. Responden	Nama	Keterangan
1	Yuni	Menurut Yuni, tampilan vipplaza terorganisir, menu mudah untuk digunakan, tampilan standar seperti e-commerce pada umumnya, produk yang ditampilkan tertata, namun pada saat memasukkan wishlist harus log-in dahulu sehingga menghambat pengguna.
2	Iman	Menurut Iman, tombol <i>wishlist</i> sulit untuk ditemukan dan agak bingung untuk menggunakan fitur kategori. Namun tampilan rapi dan warna yang digunakan membuat nyaman pengguna.

Tabel 4.20 Tanggapan responden pengujian Vipplaza.co.id (Lanjutan)

3	Rahma	Menurut Rahma, tampilan Vipplaza umum seperti website e-commerce pada umumnya, namun fitur yang mengharuskan untuk log-in untuk memasukkan wishlist agak merepotkan pengguna
4	Desi	Menurut Desi, tampilan filter harga sulit untuk digunakan, dan loading time lama, terlalu banyak <i>effort</i> yang dikeluarkan.
5	Monik	Menurut Monik, filter produk sulit untuk digunakan, filter harga juga sulit untuk digunakan karena harga tidak bisa diketik langsung, tombol <i>wishlist</i> sulit ditemukan.
6	Ayu	Menurut Ayu, tombol <i>wishlist</i> sulit untuk ditemukan karena penataan yang membingungkan, dan fitur log-in dahulu sebelum memasukkan wishlist menghambat pengguna.
7	Beni	Menurut Beni, terlalu banyak effort yang dikeluarkan karena banyak step yang harus dilakukan, penempatan ikon yang sulit untuk ditemukan. Namun secara keseluruhan, tampilan standar dan tampilan produk terorganisir sehingga rapi dan memudahkan pengguna
8	Citra	Menurut Citra, situs ini kurang responsif, tampilan monoton dan menyusahkan karena harus log-in untuk masuk ke fitur wishlist, namun tampilan produk teratur dan terorganisir dengan baik sehingga memudahkan pengguna untuk mencari produk yang diinginkan.
9	Nur	Tampilan situs web terorganisir dan tampilan produk rapih sehingga nyaman untuk digunakan, namun pada saat filter harga sulit untuk digunakan karena harga tidak bisa diketik secara langsung, dan saat melakukan wishlist, menu sulit untuk ditemukan karena tidak ada keterangan jelas.
10	Rendra	Menurut Rendra, tampilan vipplaza minimalis dan standar sehingga memudahkan pengguna untuk menggunakannya. Fitur memiliki penataan yang rapi dan produk yang ditampilkan juga memiliki keterangan yang jelas sehingga memudahkan pengguna untuk mengaksesnya, namun fitur wishlist sulit ditemukan karena penggunaan ikon yang tidak ada keterangan sehingga pengguna merasa bingung.

Tabel 4.21 Tanggapan responden pengujian Berrybenka.com

No. Responden	Nama	Keterangan
1	Yuni	Menurut Yuni, tampilan Berrybenka kreatif dan menarik pengguna, namun penataan fitur-fitur yang masih kurang karena adanya fitur yang sulit untuk ditemukan, dan pada fitur pencarian tidak dapat menggunakan tombol enter saat pencarian “kemeja”.
2	Iman	Menurut Iman, tombol wishlist mudah untuk digunakan, tampilan menarik dan trendy, namun fitur pencarian produk sulit untuk ditemukan.
3	Rahma	Menurut Rahma, Berrybenka memiliki loading time yang agak lama, dan ukuran font yang digunakan terlalu besar sehingga tidak nyaman untuk digunakan. Halaman pembayaran terlalu rumit sehingga membingungkan pengguna
4	Desi	Menurut Desi, filter produk yang susah digunakan, ribet karena harus log-in sebelum wishlist, dan pada menu search tidak bisa menekan tombol enter.
5	Monik	Menurut Monik, fitur search produk sulit untuk ditemukan karena letaknya yang tidak pas, tidak bisa tekan tombol enter saat melakukan pencarian produk, background homepage yang terlalu besar.
6	Ayu	Menurut Ayu, pada menu pencarian produk tidak dapat menggunakan tombol enter, dan kebanyakan pop-up menu yang muncul di halaman sehingga menghamat dan menyusahkan pengguna
7	Beni	Menurut Beni, tampilan cukup menarik dan kreatif sehingga menarik minat pengguna pada kesan pertama, namun kategori filter produk susah untuk digunakan dan pada halaman pembayaran membingungkan pengguna karena letak fiturnya tidak terorganisir dengan baik.
8	Citra	Menurut Citra, situs Berrybenka memiliki tampilan yang unik dan kekinian sehingga menarik minat, pilihan warna yang digunakan menarik, namun penataan menu sulit untuk digunakan, ukuran font yang tidak pas dan warna background yang berganti-ganti membuat bingung.

Tabel 4.21 Tanggapan responden pengujian Berrybenka.com (Lanjutan)

9	Rendra	Menurut Nur, tampilan Berrybenka pada halaman awal kreatif namun penataan dan tampilan menu memiliki font yang ukurannya kecil sehingga sulit untuk dilihat.
10	Nur	Menurut Rendra, tampilan Berrybenka sudah cukup baik dan kreatif namun pemilihan ukuran font yang kurang pas ada yang terlalu kecil dan ada yang terlalu besar, dan pada saat di halaman pembayaran, letak dan penataan fitur membingungkan sehingga menghambat pengguna.



BAB 5 PEMBAHASAN

5.1 Pengujian Skenario

Pada bagian ini akan dibahas pengolahan data yang diperoleh dari responden. Data yang diperoleh didapatkan dari pengujian skenario yang dan pengisian kuisioner SUS oleh 10 responden. Data yang telah diperoleh melalui pengujian skenario akan diolah melalui perhitungan untuk mendapatkan hasil akhir. Data dari kuisioner SUS akan dikonversi sesuai perhitungan untuk mendapatkan hasil akhir.

Pada bagian ini akan dibahas data yang telah didapatkan dari hasil pengujian skenario yang dilakukan oleh 10 responden pada ketiga situs yang diujikan yaitu Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com. Data yang dibahas yaitu hasil perhitungan dari masing-masing parameter yang diuji dan nilai keseluruhan yang didapat dari pengujian untuk masing-masing parameter

5.1.1.1 Parameter Task Completed

a. Salestock

Tabel 5.1 Hasil pengujian *task completed* Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	1	1	1	1	1
2	Iman	1	1	1	0	1
3	Rahma	1	1	1	1	1
4	Desi	1	1	1	1	1
5	Monik	1	1	1	1	1
6	Ayu	1	1	1	1	1
7	Beni	1	1	1	1	1
8	Citra	1	1	1	0	1
9	Nur	1	1	1	0	1
10	Rendra	1	1	1	1	1
	<i>Task Completed</i>	1	1	1	0,7	1
	<i>Task Completion Rate</i>	0.94				

Pada Tabel 5.1 Tugas 1 (mencari produk melalui fitur pencarian), tugas 2 (mencari barang melalui fitur kategori), tugas 3 (mencari barang dengan filter kategori ukuran, harga dan warna tertentu) dan tugas 5 (melakukan transaksi pembelian produk) memiliki angka *task completed* yaitu semua responden berhasil melakukan keempat tugas tersebut sampai selesai. Pada tugas 4 yaitu memasukkan produk ke kategori *wishlist*, angka keberhasilan yaitu 0,7

dikarenakan terdapat 3 responden yaitu responden nomor 2 yang tidak berhasil menemukan fitur *wishlist*, serta responden nomor 8 dan 9 yang tidak melakukan kategori tersebut dikarenakan pada fitur *wishlisht / favourite* tidak terdapat keterangan, namun hanya ikon tanpa keterangan. Dari keseluruhan tugas, nilai *task completed* yang didapatkan dengan semua responden yaitu 0,94

b. Vipplaza

Tabel 5.2 Hasil pengujian *task completed* Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	1	1	1	1	1
2	Iman	1	1	1	0	1
3	Rahma	1	1	1	1	1
4	Desi	1	1	1	1	1
5	Monik	1	1	1	1	1
6	Ayu	1	1	0	1	1
7	Beni	1	1	1	1	1
8	Citra	1	1	1	1	0
9	Nur	1	1	1	1	1
10	Rendra	1	1	1	1	1
	<i>Task Completed</i>	1	1	0,9	0,9	0,9
	<i>Task Completion Rate</i>	0.94				

Pada tabel 5.2, Tugas 1 (mencari produk melalui fitur pencarian) dan tugas 2 (mencari produk melalui fitur kategori) memiliki nilai keberhasilan yang paling tinggi yaitu kedua tugas tersebut dapat diselesaikan oleh semua responden. Tugas 3 (Mencari barang dengan filter kategori ukuran, harga dan warna tertentu) meliki nilai 0,9 karena responden ke 6 tidak melakukan filter harga ,Tugas 4 (Memasukkan barang ke kategori *wishlist/ favourite*) memiliki nilai 0,9 dikarenakan responden 2 tidak memasukkan barang ke kategoior *wishlist* karena tidak dapat menemukan fitur wishlist dan tugas 5 (melakukan transaksi pembelian barang) memiliki nilai 0,9 karena responden nomor 8 tidak berhasil melakukan transaksi pembelian sampai keluar nomor order. Dari keseluruhan tugas yang dilakuka oleh responden, nilai *task success rate* yang didapatkan yaitu 0,94.

c. Berrybenka

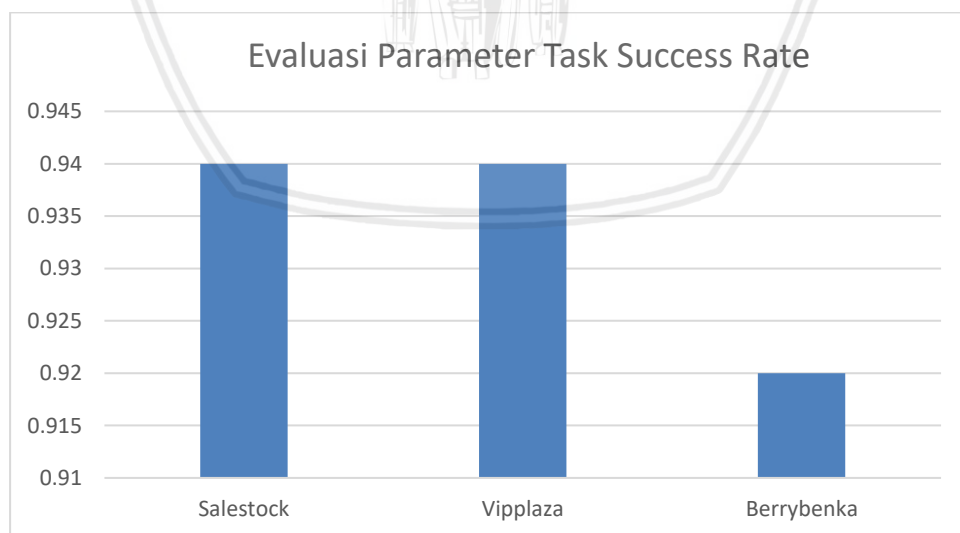
Tabel 5.3 Hasil pengujian *task completed* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	1	1	1	1	1
2	Iman	1	1	1	1	1
3	Rahma	1	1	1	1	1

Tabel 5.3 Hasil pengujian *task completed* Berrybenka.com (Lanjutan)

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
4	Desi	1	1	1	0	1
5	Monik	1	1	1	1	1
6	Ayu	0	1	1	1	0
7	Beni	1	1	1	1	1
8	Citra	1	1	1	1	0
9	Nur	1	1	1	1	1
10	Rendra	1	1	1	1	1
	<i>Task Completed</i>	0.9	1	1	0,9	0.8
	<i>Task Completion Rate</i>	0.92				

Dalam Tabel 5.3, tugas 1 (mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki nilai 0,9 dikarenakan responden nomor 6 tidak berhasil melakukan pencarian melalui kolom pencarian. Tugas nomor 2 (mencari barang melalui fitur kategori) dan tugas nomor 3 (mencari barang dengan filter tertentu) memiliki nilai paling tinggi karena semua responden berhasil menyelesaikan kedua tugas tersebut. Tugas 4 (memasukkan barang ke kategori *wishlist*) memiliki nilai 0,9 karena responden nomor 4 tidak berhasil menemukan fitur *wishlist*. Tugas 5 memiliki nilai 0,8 karena responden nomor 6 dan nomor 8 tidak berhasil menemukan ikon untuk menyelesaikan pembayaran sehingga tidak menyelesaikan tugas. Dengan demikian, nilai dari keseluruhan tugas yang selesai yang dilakukan oleh semua responden 0,92.



Gambar 5.1 Hasil evaluasi parameter *task completed rate*

Dari hasil pengujian parameter *task completed* dari ketiga situs yang sudah diuji, dapat dibandingkan hasil dari pengujian untuk mengetahui situs mana yang memiliki nilai yang lebih baik. Semakin tinggi *nilai task completion rate* maka

semakin baik tingkat efektifitas situs tersebut. Pada Gambar 5.1, hasil pengujian untuk situs Salestock.co.id dan situs Vipplaza.co.id memiliki nilai yang sama, yaitu 0,94. Kemudian diikuti oleh situs Berrybenka.com dengan nilai 0,92. Berrybenka.com memiliki nilai penyelesaian tugas yang paling rendah karena terdapat 2 responden yang tidak dapat menyelesaikan tugas 5 yaitu melakukan transaksi pembelian sampai sukses. Dapat disimpulkan bahwa situs Salestock.co.id dan Berrybenka.com memiliki nilai efektifitas yang sama dan lebih baik dari situs Berrybenka.com

5.1.1.2 Parameters Error Rate during Task Performance

a. Salestock

Tabel 5.4 Hasil pengujian *error rate* Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	0	1	0	1	1
2	Iman	0	0	0	1	0
3	Rahma	0	0	0	1	0
4	Desi	0	0	0	1	0
5	Monik	0	0	0	0	0
6	Ayu	1	0	0	0	0
7	Beni	0	0	0	0	0
8	Citra	0	0	0	0	0
9	Nur	0	0	0	0	0
10	Rendra	0	0	0	0	0
	<i>Error Rate</i>	0.33	0.33	0	2	0.125
	<i>Global Error Rate</i>	0.557				

Tugas 1 (mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki nilai *error rate* 0,33 dikarenakan responden nomor 6 melakukan pencarian tidak melalui kolom pencarian. Tugas 2 (mencari barang melalui fitur kategori) memiliki nilai 0,33 karena responden nomor 1 tidak melakukan pencarian melalui fitur kategori yang tersedia. Tugas 3 memiliki nilai *error rate* 0 karena semua responden tidak melakukan kesalahan saat melakukan tugasnya. Tugas 4 (memasukkan kategori wishlist) responden 1,2,3,4 tidak memilih fitur *wishlist*, namun memilih fitur masukkan ke keranjang oleh karena itu nilai *error rate* mencapai angka 2. Tugas 5 (melakukan transaksi pembelian) memiliki nilai *error rate* 0,125 dikarenakan responden 1 tidak memilih ukuran sebelum memasukkan barang ke keranjang belanja untuk diproses. Dari keseluruhan tugas yang dilakukan oleh responden, nilai *Global Error Rate* yang didapatkan yaitu 0.557.

b. Vipplaza

Tabel 5.5 Hasil pengujian *error rate* Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	0	0	0	1	1
2	Iman	0	1	0	1	0
3	Rahma	0	0	0	1	0
4	Desi	0	0	0	1	0
5	Monik	0	0	0	0	0
6	Ayu	1	0	0	0	0
7	Beni	0	0	0	0	0
8	Citra	0	0	0	0	0
9	Nur	0	0	0	0	0
10	Rendra	0	0	0	0	0
	Error Rate	0.33	0.33	0	1.33	0.14
	Global Error Rate	0.426				

Tugas 1 (mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki nilai *error rate* 0,33 karena responden nomor 6 tidak langsung menggunakan kolom pencarian untuk mencari produk. Tugas 2 (mencari barang melalui fitur kategori) memiliki nilai 0,33 karena responden nomor 2 tidak mencari melalui fitur kategori. Tugas 3 memiliki nilai *error rate* 0. Tugas 4 (memasukkan barang ke kategori wishlist) memiliki nilai *error rate* 1,33 karena beberapa responden tidak langsung menemukan ikon wishlist dalam halaman produk. Tugas 5 memiliki nilai *error* 0,14 karena responden 1 tidak log-in terlebih dahulu sebelum membeli barang.

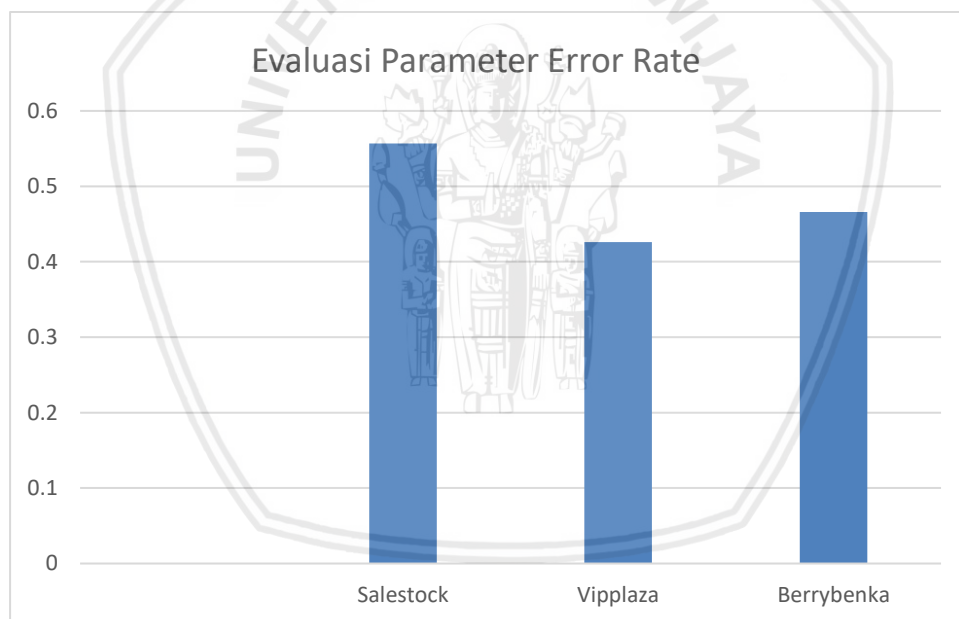
c. Berrybenka

Tabel 5.6 Hasil pengujian *error rate* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	0	0	0	0	0
2	Iman	0	0	0	0	1
3	Rahma	0	0	1	1	0
4	Desi	0	0	0	1	1
5	Monik	0	0	0	0	0
6	Ayu	1	0	0	0	1
7	Beni	0	0	0	0	1
8	Citra	1	0	0	0	1
9	Nur	0	0	0	0	0
10	Rendra	0	0	0	0	0
	Error Rate	0.67	0	0.14	0.67	0.85
	Global Error Rate	0.466				

Tugas 1 (Mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki nilai *error rate* 0,67 karena responden nomor 6 dan 8 tidak melakukan pencarian di kolom pencarian terlebih dahulu. Tugas 2 (mencari barang melalui fitur kategori) memiliki *error rate* 0 karena semua responden melakukan tugas tanpa ada kesalahan. Tugas 3 (mencari barang melalui filter tertentu) memiliki *nilai error rate* 0,14 karena responden nomor 3 tidak melakukan filter harga pada produk. Tugas 4 (memasukkan kategori wishlist) memiliki nilai *error* 0,67 karena responden 3 dan 4 tidak melakukan log-in sebelum memilih fitur *wishlist*, Tugas 5 (melakukan transaksi pembelian produk) memiliki nilai *error rate* 0,85 karena responden nomor 2,4,,8 tidak melakukan klik tombol pesan saat di halaman pembayaran. Dari semua tugas yang dilakukab oleh responden, nilai *error rate* yang didapatkan yaitu 0,466.

Berdasarkan hasil pengujian yang didapat dari ketiga situs tersebut, hasil yang didapatkan akan dibandingkan untuk mengetahui situs yang memiliki nilai *error rate* yang paling rendah. Semakin rendah nilai *error rate* yang didapat, maka semakin efektif situs tersebut untuk penguna.



Gambar 5.2 Hasil evaluasi parameter *error rate*

Berdasarkan Gambar 5.2, dapat dilihat bahwa situs Salestock memiliki nilai *error rate* 0,557, situs Vipplaza memiliki nilai *error rate* 0,426 dan situs Berrybenka memiliki nilai *error rate* 0,466. Dari nilai yang didapatkan dari pengujian, maka dapat disimpulkan Vipplaza.co.id memiliki tingkat kesalahan yang paling kecil, kemudian diikuti dengan Berrybenka.com dan Salestock.co.id.

5.1.1.3 Parameter Time per Completed Task

a. Salestock

Tabel 5.7 Hasil pengujian *time per completed task* Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	25	27	15	6	54
2	Iman	6	24	35	15	72
3	Rahma	10	12	13	6	73
4	Desi	9	14	12	7	67
5	Minik	7	12	23	11	79
6	Ayu	7	14	27	8	80
7	Beni	8	15	28	7	75
8	Citra	8	14	29	8	75
9	Nur	7	13	43	31	88
10	Rendra	8	12	37	32	92
	<i>Mean</i>	9.5	15.7	26.2	13.1	75.5
	<i>Global Mean</i>	28				

Tugas 1 (mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki rata-rata 9,5 detik untuk keseluruhan responden. Pada tugas 1 responden 1 kesulitan untuk menemukan fitur pencarian sehingga membutuhkan waktu lebih. Tugas 2 (mencari produk melalui fitur kategori) memiliki rata-rata waktu 15.7 detik untuk penyelesaiannya. Tugas 3 (mencari produk berdasarkan kategori tertentu) memiliki rata-rata 26,2 detik untuk waktu penyelesaiannya. Tugas 4 (memasukkan produk ke wishlist) memiliki waktu penyelesaian 13,1 detik dan Tugas 5 memiliki waktu 75.5 detik untuk waktu penyelesaiannya. Rata-rata yang dibutuhkan untuk menyelesaikan semua tugas yaitu 28 detik.

b. Vipplaza

Tabel 5.8 Hasil pengujian *time per completed task* Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	8	21	34	78	102
2	Iman	8	20	31	62	111
3	Rahma	5	13	21	29	82
4	Desi	6	15	50	32	110
5	Monik	7	14	33	32	85
6	Ayu	6	16	39	33	87
7	Beni	7	14	39	29	89
8	Citra	8	14	46	32	79

Tabel 5.8 Hasil pengujian *time per completed task* Vipplaza.co.id (Lanjutan)

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
9	Nur	7	13	43	31	88
10	Rendra	8	12	37	32	92
	<i>Mean</i>	7	15.2	37.3	39	92.5
	<i>Global Mean</i>	38.2				

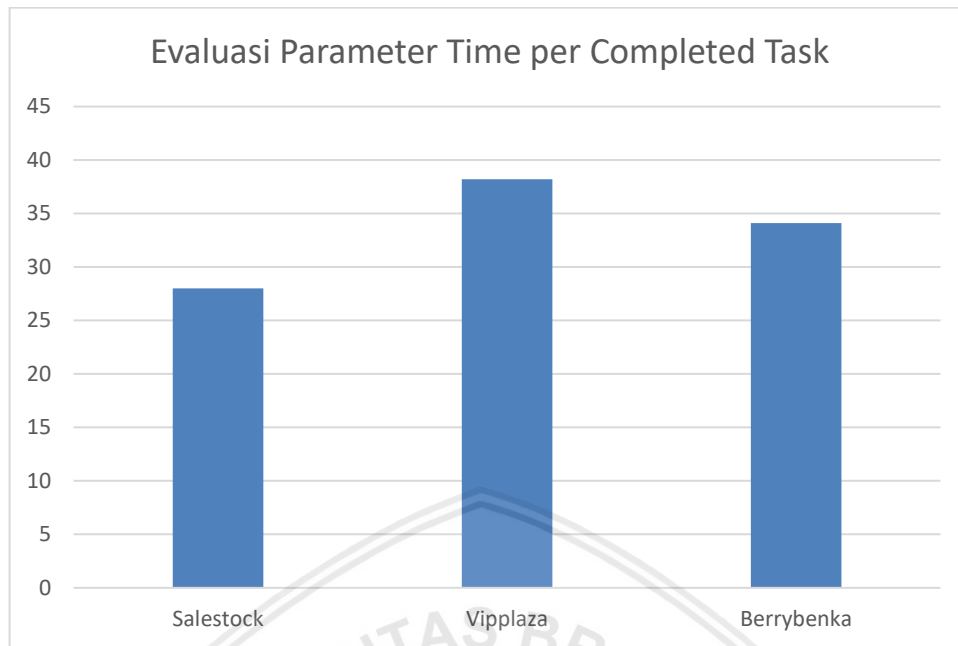
Tugas (Mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki rata-rata waktu 7 detik untuk penyelesaiannya. Tugas 2 (mencari produk melalui fitur kategori) memiliki rata-rata waktu 15,2 detik. Tugas 3 (mencari produk dengan filter tertentu) memiliki rata-rata 37,3 detik. Tugas 4 (memasukkan produk ke dalam kategori wishlist) memiliki rata-rata waktu 39 detik dan tugas 5 (melakukan transaksi pembelian produk memiliki rata-rata 92,5 detik. Rata-rata dari keseluruhan waktu yang digunakan untuk melakukan setiap tugas yang ada yaitu 38,2 detik.

c. Berrybenka

Tabel 5.9 Hasil pengujian *time per completed task* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	8	21	39	45	88
2	Iman	8	20	36	61	82
3	Rahma	8	13	28	29	73
4	Desi	10	10	41	47	54
5	Monik	10	11	37	39	73
6	Ayu	16	8	21	32	62
7	Beni	12	14	39	28	84
8	Citra	18	18	43	29	78
9	Nur	8	14	27	22	54
10	Rendra	8	18	39	45	77
	<i>Mean</i>	10.6	14.7	35	37.7	72.5
	<i>Global Mean</i>	34.1				

Tugas 1 (Mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki rata-rata waktu 10,6 detik untuk penyelesaiannya. Tugas 2 (mencari produk melalui fitur kategori) memiliki rata-rata waktu 14,7 detik. Tugas 3 (mencari produk dengan filter tertentu) memiliki rata-rata 35 detik. Tugas 4 (memasukkan produk ke dalam kategori wishlist) memiliki rata-rata waktu 37,7 detik dan tugas 5 (melakukan transaksi pembelian produk memiliki rata-rata 72,5 detik. Rata-rata dari keseluruhan waktu yang digunakan untuk melakukan setiap tugas yang ada yaitu 34,1 detik.



Gambar 5.3 Hasil evaluasi parameter *time per completed task*

Pada Gambar 5.3 ditampilkan hasil dari pengujian parameter *time per completed task* untuk situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id Dan Berrybenka.com. Semakin kecil nilai *time per completed task* maka semakin efektif situs tersebut untuk digunakan oleh pengguna. Salestock.co.id memiliki nilai 34 detik, Berrybenka.com memiliki nilai 34,1 detik dan Vipplaza.co.id memiliki nilai 38.2 detik. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Salestock memiliki nilai efisiensi waktu yang lebih baik, diikuti dengan Berrybenka.com kemudian Vipplaza.co.id.

5.1.1.4 Parameter Number of Clicks

a. Salestock

Tabel 5.10 Hasil pengujian *number of clicks* Salestock.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	3	3	7	2	7
2	Iman	3	4	7	2	8
3	Rahma	3	4	7	2	8
4	Desi	3	4	7	2	8
5	Monik	3	4	7	2	8
6	Ayu	4	4	7	2	8
7	Beni	3	4	7	2	8
8	Citra	3	4	7	2	8
9	Nur	3	4	7	2	8
10	Rendra	3	4	7	2	8
	Mean	3.1	3.9	7	2	7.9
	Global Mean		4.78			

Tugas 1 (Mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki nilai *mean total clicks* sebesar 3,1, responden nomor 6 melakukan klik sebanyak 4 kali karena memilih menu kategori. Tugas 2 (mencari produk melalui fitur kategori) memiliki rata-rata klik 3,9 karena responden nomor 1 melakukan pencarian melalui fitur kolom pencarian. Tugas 3 (mencari produk dengan filter tertentu) memiliki jumlah klik 7. Tugas 4 (memasukkan produk ke dalam kategori *wishlist*) memiliki rata-rata jumlah klik 2 dan tugas 5 (melakukan transaksi pembelian produk memiliki rata-rata 7,9 klik Rata-rata dari keseluruhan klik yang dilakukan untuk melakukan setiap tugas yang ada yaitu 4,78 klik.

b. Vipplaza

Tabel 5.11 Hasil pengujian *number of clicks* Vipplaza.co.id

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	3	3	6	2	6
2	Iman	3	4	6	2	7
3	Rahma	3	3	5	2	7
4	Desi	3	3	6	3	7
5	Monik	3	3	6	3	7
6	Ayu	4	3	6	3	7
7	Beni	3	3	6	3	7
8	Citra	3	3	6	3	7
9	Nur	3	3	6	3	7
10	Rendra	3	3	6	3	7
	Mean	3,1	3,1	6	2,7	6,9
	Global Mean	4,34				

Tugas 1 (Mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki nilai *mean total clicks* sebesar 3,1, responden nomor 6 melakukan klik sebanyak 4 kali karena memilih menu kategori. Tugas 2 (mencari produk melalui fitur kategori) memiliki rata-rata klik 3,1 karena responden nomor 2 melakukan pencarian melalui fitur kolom pencarian. Tugas 3 (mencari produk dengan filter tertentu) memiliki jumlah klik 6. Tugas 4 (memasukkan produk ke dalam kategori *wishlist*) memiliki rata-rata jumlah klik 2,7 dan tugas 5 (melakukan transaksi pembelian produk memiliki rata-rata 6,9 klik. Rata-rata dari keseluruhan klik yang dilakukan untuk melakukan setiap tugas yang ada yaitu 4,34 klik.

c. Berrybenka

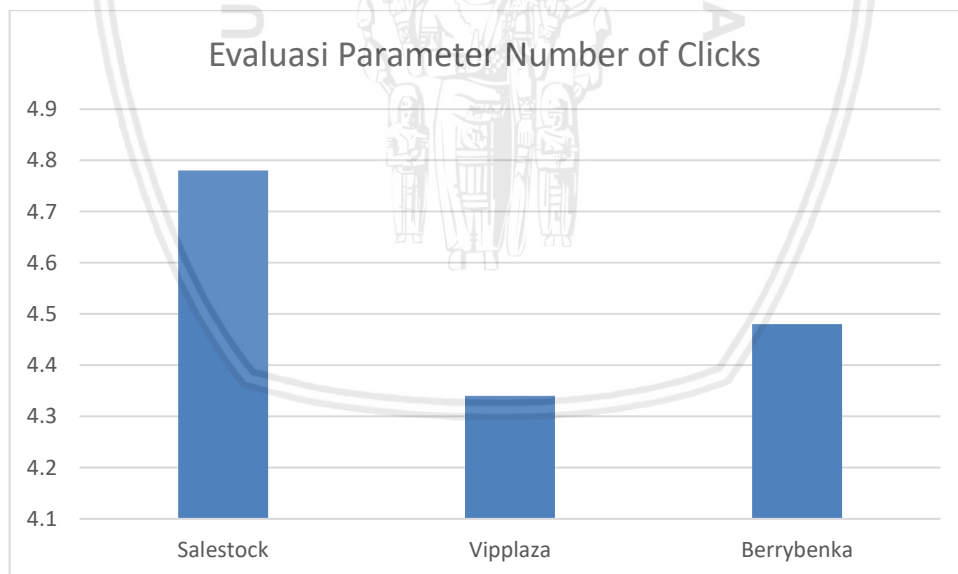
Tabel 5.12 Hasil pengujian *number of clicks* Berrybenka.com

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
1	Yuni	3	3	7	3	7
2	Iman	3	3	7	3	6
3	Rahma	3	3	6	2	7

Tabel 5.12 Hasil pengujian *number of clicks* Berrybenka.com (Lanjutan)

No	Nama	T1	T2	T3	T4	T5
4	Desi	3	3	7	2	6
5	Monik	3	3	7	3	7
6	Ayu	4	3	7	3	6
7	Beni	3	3	7	3	6
8	Citra	4	3	7	3	6
9	Nur	3	3	7	3	7
10	Rendra	3	3	7	3	7
	<i>Mean</i>	3,2	3	6.9	2.8	6.5
	<i>Global Mean</i>	4.48				

Tugas 1 (Mencari produk melalui fitur pencarian) memiliki nilai *mean total clicks* sebesar 3,2. Tugas 2 (mencari produk melalui fitur kategori) memiliki rata-rata klik 3 karena semua responden berhasil melakukan tugas sesuai dengan jumlah klik. Tugas 3 (mencari produk dengan *filter* tertentu) memiliki jumlah klik 6,9. Tugas 4 (memasukkan produk ke dalam kategori wishlist) memiliki rata-rata jumlah klik 2,8 dan tugas 5 (melakukan transaksi pembelian produk memiliki rata-rata 6,5 klik. Rata-rata dari keseluruhan klik yang dilakukan untuk melakukan setiap tugas yang ada yaitu 4,48 klik.



Gambar 5.4 Hasil evaluasi parameter *number of clicks*

Pada Gambar 5.4, terdapat hasil pengujian untuk parameter *number of clicks* di ketiga situs yaitu Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com. Untuk parameter *number of clicks*, semakin kecil nilai yang didapatkan dari hasil pengujian maka tingkat efisiensi dari situs tersebut semakin baik (Zazelenchuk, 2008). Situs Salestock.co.id mendapat nilai 4,78 kemudian situs Vipplaza.co.id memiliki nilai 4,34 dan situs Berrybenka.com memiliki nilai 4,48. Dari hasil yang

didapatkan, maka situs Vipplaza memiliki nilai efisiensi yang lebih baik, diikuti oleh situs Berrybenka.com kemudian situs Salestock.co.id.

5.1.2 Kuisioner *System Usability Scale* (SUS)

Kuisioner SUS memiliki 10 items pertanyaan. Nomor ganjil merupakan pertanyaan yang bernilai negative dan nomor genap merupakan pertanyaan yang bernilai positif. Masing-masing pertanyaan memiliki bobot sesuai dengan jenis pertanyaan. Responden memberikan jawaban dengan rentang nilai 1-5. 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral), 4 (Setuju), 5 (Sangat Setuju). Skor yang diberikan oleh responden akan diolah sesuai dengan perhitungan kuisioner SUS untuk masing-masing jenis pertanyaan. Perhitungan skor untuk pertanyaan bernomor ganjil akan dihitung dengan cara angka 5 dikurangi dengan skala yang dipilih responden. Nomor pertanyaan genap akan dihitung dengan cara skala yang dipilih responden dikurangi dengan angka 1. Skor dari setiap pertanyaan dikalikan dengan nilai 2,5 dan dijumlahkan keseluruhan untuk mendapatkan hasil akhir. Hasil akhir nilai kuisioner SUS dapat dikelompokkan menjadi "Not Acceptable" dengan kategori nilai 0 – 50,9, "Marginal" dengan nilai "51-70,9" - dan "Acceptable" dengan nilai 71-100. Berikut adalah hasil konversi nilai kuisioner SUS pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com.

a. Salestock.co.id

Tabel 5.13 Hasil kuisioner SUS Salestock.co.id

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
1	Yuni	3	2	3	4	3	3	3	3	4	2	75
2	Iman	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	60
3	Rahma	4	2	3	4	4	3	2	2	2	3	72.5
4	Desi	2	2	3	3	4	4	3	2	3	2	70
5	Monik	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	60
6	Ayu	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	72.5
7	Beni	1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	65
8	Citra	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	65
9	Nur	2	2	3	1	4	4	3	2	2	3	65
10	Rendra	2	4	3	1	4	3	3	3	2	3	70
RATA-RATA												67.5

Dari 10 responden kuisioner SUS pada salestock.co.id, responden 1 memiliki nilai kuisioner SUS yang paling tinggi yaitu nilai 75, diikuti dengan responden 3 dan 6 yang memiliki nilai akhir kuisioner 72.5. Nilai terendah dalam kuisioner ini terdapat pada responden 2 dan 5 yaitu nilai 60. Nilai yang diberikan dalam kuisioner SUS mewakili aspek kepuasan pengguna yang dirasakan setelah melakukan pengujian skenario di situs salestock.co.id nilai. Rata-rata nilai hasil konversi kuisioner ini yang didapatkan dari 10 orang responden yaitu 67,5 dan masuk ke dalam kategori "Marginal".

b. Vipplaza.co.id

Tabel 5.14 Hasil kuisioner SUS Vipplaza.co.id

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
1	Yuni	2	2	3	4	3	3	2	2	2	3	65
2	Iman	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	57.5
3	Rahma	3	4	3	4	4	3	3	3	1	3	77.5
4	Desi	2	2	2	3	3	2	3	3	1	2	57.5
5	Monik	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	75
6	Ayu	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	55
7	Beni	2	3	3	4	2	3	2	3	3	2	67.5
8	Citra	2	2	2	4	3	3	2	2	2	3	62.5
9	Nur	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	62.5
10	Rendra	2	3	3	3	2	3	1	3	2	2	60
RATA-RATA												64

Dari 10 orang responden yang mengisi kuisioner, responden 5 memiliki nilai hasil kuisioner yang paling tinggi dengan hasil 75, diikuti dengan responden 7 dengan nilai 67,5. Nilai terendah dalam hasil kuisioner SUS ini terdapat pada responden 6 yaitu dengan nilai 55. Nilai yang diberikan dalam kuisioner SUS mewakili aspek kepuasan yang dirasakan pengguna setelah melakukan pengujian skenario di situs Vipplaza.co.id. Rata-rata nilai yang didapatkan dari responden kuisioner SUS untuk vipplaza.co.id yaitu 64 dan masuk dalam kategori "Marginal".

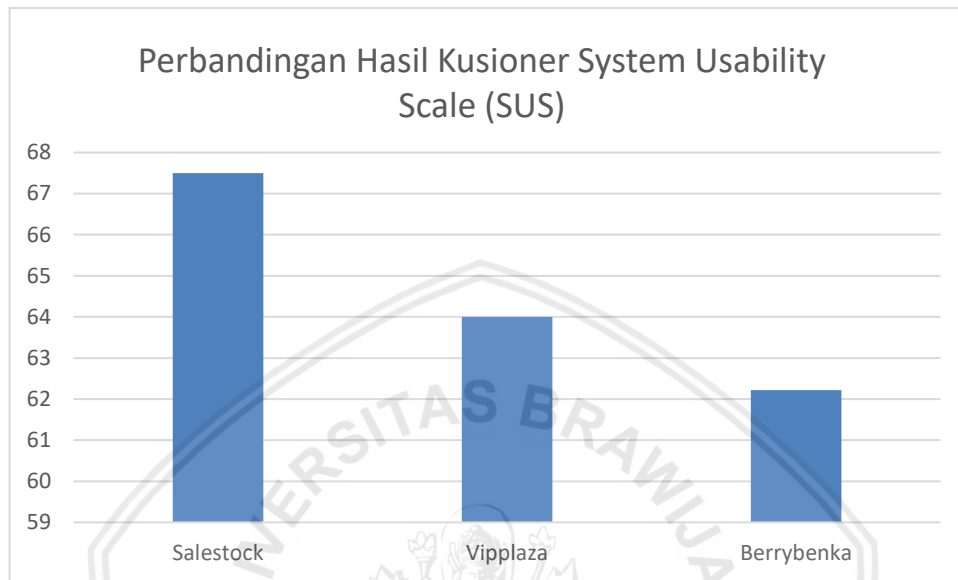
c. Berrybenka.com

Tabel 5.15 Hasil kuisioner SUS Berrybenka.com

No	Nama Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
1	Yuni	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	62.5
2	Iman	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	60
3	Rahma	2	3	2	3	1	2	2	3	1	3	55
4	Desi	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	65
5	Monik	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	57.5
6	Ayu	4	2	3	2	3	3	3	3	3	2	70
7	Beni	2	3	2	3	3	2	1	2	2	3	57.5
8	Citra	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	65
9	Nur	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	70
10	Rendra	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	60
RATA-RATA												62.22

Dari semua responden pengujian kuisioner SUS untuk Berrybenka.com, responden 6 dan 9 memiliki nilai hasil yang paling tinggi yaitu 70, dan nilai terendah yaitu pada responden dengan nilai 55, responden 5 dan 7 dengan nilai

57,5. Nilai yang diberikan responden dalam mengisi kuisiioner SUS meliputi aspek kepuasan responden setelah melakukan pengujian skenario. Dari 10 orang responden pengisian kuisiioner SUS, didapatkan konversi nilai dengan rata-rata 62,22 yang masuk dalam kategori “Low Marginal”.



Gambar 5.5 Hasil perbandingan kuisiioner SUS

Pada Gambar 5.5 terdapat perbandingan hasil kuisiioner SUS pada ketiga situs yang diujikan yaitu Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com. Hasil dari kuisiioner sus untuk Salestock.co.id yaitu 67,5, Vipplaza.co.id memiliki hasil 64 dan berrybenka.com memiliki hasil 62,2. Semakin tinggi nilai hasil kuisiioner SUS maka semakin baik aspek kepuasan dan semakin tinggi penilaian yang berikan oleh pengguna. Dapat disimpulkan bahwa Salestock.co.id memiliki aspek kepuasan yang paling tinggi, kemudian diikuti oleh Vipplaza.co.id dan kemudian Berrybenka.com.

5.2 User Experience Questionnaire (UEQ)

Dalam bagian ini, akan dibahas hasil dari kuisiioner UEQ yang diberikan kepada 25 responden pengguna yang pernah menggunakan situs tersebut. 10 Kuisiioner dibagikan kepada responden yang mengikut pengujian skenario, dan 15 kuisiioner dibagikan kepada responden yang sudah pernah menggunakan ketiga situs tersebut. Sebelum mengisi kuisiioner, responden diberikan waktu untuk menggunakan kembali masing-masing situs, untuk mengingat kembali pengalaman dan kesan saat menggunakan situs, agar jawaban yang diisikan saat mengisi kuisiioner benar-benar sesuai, dan tidak asal-asalan.

Kuisiioner UEQ terdiri dari 26 items pertanyaan yang mewakili 6 yaitu Daya Tarik (*Attractiveness*), Kejelasan (*Perspiciuity*), Efisiensi (*Efficiency*), Ketepatan (*Dependability*), Stimulasi (*Stimulation*) dan Kebaruan (*Novelty*). Masing-masing skala dilambangkan dengan warna yaitu warna oranye untuk

daya tarik, biru muda untuk efisiensi, hijau untuk kejelasan, biru tua untuk ketepatan, kuning untuk stimulasi dan ungu muda untuk kebaruan. Nilai rata-rata untuk setiap item kuisioner UEQ yang diisi oleh responden, terdapat pada Gambar 5.6, Gambar 5.7 dan Gambar 5.8

Mean	No.	Left	Right	Scale	
↑ 1.0	25	menyusahkan	menyenangkan	Daya tarik	
↑ 0.9	25	tak dapat dipahami	dapat dipahami	Kejelasan	
→ 0.7	25	kreatif	monoton	Kebaruan	
↑ 1.0	25	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Kejelasan	
↑ 1.3	25	bermanfaat	kurang bermanfaat	Stimulasi	
→ 0.4	25	membosankan	mengasyikkan	Stimulasi	
↑ 0.8	25	tidak menarik	menarik	Stimulasi	
→ 0.6	25	tak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Ketepatan	
↑ 1.0	25	cepat	lambat	Efisiensi	
↑ 1.0	25	berdaya cipta	konvensional	Kebaruan	
↑ 1.1	25	menghalangi	mendukung	Ketepatan	
↑ 0.9	25	baik	buruk	Daya tarik	
↑ 0.9	25	rumit	sederhana	Kejelasan	
→ 0.7	25	tidak disukai	menggembirakan	Daya tarik	
→ 0.7	25	lazim	terdepan	Kebaruan	
→ 0.6	25	tidak nyaman	nyaman	Daya tarik	
↑ 0.9	24	aman	tidak aman	Ketepatan	
→ 0.2	25	memotivasi	tidak memotivasi	Stimulasi	
→ 0.5	25	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Ketepatan	
↑ 0.8	25	tidak efisien	efisien	Efisiensi	
→ 0.6	25	jelas	mbingungkan	Kejelasan	
↑ 0.9	25	tidak praktis	praktis	Efisiensi	
↑ 0.8	25	terorganisasi	berantakan	Efisiensi	
↑ 0.9	25	atraktif	tidak atraktif	Daya tarik	
↑ 0.9	25	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Daya tarik	
→ 0.7	25	konservatif	inovatif	Kebaruan	

Gambar 5.6 Rata-rata item kuisioner UEQ Salestock.co.id

Item	Mean	No.	Left	Right	Scale	
1	→ 0.5	25	menyusahkan	menyenangkan	Daya tarik	
2	↑ 0.9	25	tak dapat dipahami	dapat dipahami	Kejelasan	
3	↑ 1.1	25	kreatif	monoton	Kebaruan	
4	↑ 1.3	25	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Kejelasan	
5	↑ 1.0	25	bermanfaat	kurang bermanfaat	Stimulasi	
6	→ 0.2	25	membosankan	mengasyikkan	Stimulasi	
7	→ 0.6	25	tidak menarik	menarik	Stimulasi	
8	↑ 0.9	25	tak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Ketepatan	
9	→ 0.2	25	cepat	lambat	Efisiensi	
10	↑ 0.9	25	berdaya cipta	konvensional	Kebaruan	
11	→ 0.8	25	menghalangi	mendukung	Ketepatan	
12	↑ 1.4	25	baik	buruk	Daya tarik	
13	→ 0.7	25	rumit	sederhana	Kejelasan	
14	→ 0.5	25	tidak disukai	menggembirakan	Daya tarik	
15	→ 0.1	25	lazim	terdepan	Kebaruan	
16	→ 0.7	25	tidak nyaman	nyaman	Daya tarik	
17	↑ 0.8	25	aman	tidak aman	Ketepatan	
18	→ 0.4	25	memotivasi	tidak memotivasi	Stimulasi	
19	↑ 1.0	25	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Ketepatan	
20	↑ 0.9	25	tidak efisien	efisien	Efisiensi	
21	→ 0.6	25	jelas	membingungkan	Kejelasan	
22	→ 0.8	25	tidak praktis	praktis	Efisiensi	
23	↑ 1.1	25	terorganisasi	berantakan	Efisiensi	
24	→ 0.6	25	atraktif	tidak atraktif	Daya tarik	
25	→ 0.6	25	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Daya tarik	
26	→ 0.0	25	konservatif	inovatif	Kebaruan	

Gambar 5.7 Rata-rata item kuisioner UEQ Vipplaza.co.id

Item	Mean	No.	Left	Right	Scale	
1	↑ 1.0	25	menyusahkan	menyenangkan	Daya tarik	
2	↑ 1.0	25	tak dapat dipahami	dapat dipahami	Kejelasan	
3	↑ 1.2	25	kreatif	monoton	Kebaruan	
4	↑ 1.2	25	mudah dipelajari	sulit dipelajari	Kejelasan	
5	→ 0.7	25	bermanfaat	kurang bermanfaat	Stimulasi	
6	→ 0.6	25	membosankan	mengasyikkan	Stimulasi	
7	↑ 0.8	25	tidak menarik	menarik	Stimulasi	
8	→ 0.4	25	tak dapat diprediksi	dapat diprediksi	Ketepatan	
9	↑ 1.0	25	cepat	lambat	Efisiensi	
10	↑ 0.8	25	berdaya cipta	konvensional	Kebaruan	
11	→ 0.8	25	menghalangi	mendukung	Ketepatan	
12	↑ 1.3	25	baik	buruk	Daya tarik	
13	→ 0.2	25	rumit	sederhana	Kejelasan	
14	↑ 0.8	25	tidak disukai	menggembirakan	Daya tarik	
15	→ 0.8	25	lazim	terdepan	Kebaruan	
16	→ 0.4	25	tidak nyaman	nyaman	Daya tarik	
17	↑ 1.2	25	aman	tidak aman	Ketepatan	
18	→ 0.6	25	memotivasi	tidak memotivasi	Stimulasi	
19	→ 0.8	25	memenuhi ekspektasi	tidak memenuhi ekspektasi	Ketepatan	
20	→ 0.4	25	tidak efisien	efisien	Efisiensi	
21	→ 0.6	25	jelas	membingungkan	Kejelasan	
22	→ 0.4	25	tidak praktis	praktis	Efisiensi	
23	↑ 1.0	25	terorganisasi	berantakan	Efisiensi	
24	↑ 0.8	25	atraktif	tidak atraktif	Daya tarik	
25	→ 0.7	25	ramah pengguna	tidak ramah pengguna	Daya tarik	
26	→ 0.5	25	konservatif	inovatif	Kebaruan	

Gambar 5.8 Rata-rata item kuisioner UEQ Berrybenka.com

Nilai rata-rata yang dimiliki oleh setiap item yang berkisar di antara -0,8 dan 0,8 merepresentasikan skala memenuhi (normal) ditandai dengan panah kuning untuk pengukuran setiap item. Jika $>0,8$ maka merepresentasikan level positif (baik) ditandai dengan panah hijau dan jika nilai $<0,8$ maka merepresentasikan level evaluasi yang negatif (buruk) ditandai dengan panah merah. Setelah rata-rata setiap item telah dihitung, maka nilai tersebut akan dikelompokkan sesuai dengan 6 skala yang ada pada kusioner UEQ. Berikut adalah hasil dari penilaian untuk setiap skala pada masing-masing situs.

UEQ Scales Salestock	
Daya tarik	0.813
Kejelasan	0.850
Efisiensi	0.880
Ketepatan	0.770
Stimulasi	0.690
Kebaruan	0.770

Gambar 5.9 Nilai rata-rata skala pada Salestock.co.id

Gambar 5.9 menunjukkan hasil nilai rata-rata setiap skala kusioner UEQ pada Situs Salestock.co.id didapatkan bahwa hasil nilai rata-rata tertinggi berada pada skala efisiensi (efficiency) dengan nilai 0.880. Daya tarik (*attractiveness*) dengan nilai rata-rata sebesar 0,813. kejelasan (*perspicuity*) dengan nilai rata-rata 0.85, skala stimulasi (*stimulation*) dengan nilai rata-rata 0.690, skala ketepatan (*dependability*) dengan nilai rata-rata 770, dan skala kebaruan (*novelty*) dengan nilai rata-rata 0.770. Salestock.co.id memiliki nilai yang tinggi dalam aspek pragmatic yaitu kejelasan dan ketepatan, dimana aspek pragmatic merupakan aspek *goal-based* atau sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai pengguna saat berinteraksi dengan produk.

UEQ Scales Vipplaza	
Daya tarik	0.720
Kejelasan	0.840
Efisiensi	0.750
Ketepatan	0.860
Stimulasi	0.530
Kebaruan	0.520

Gambar 5.10 Nilai rata-rata skala pada Vipplaza.co.id

Gambar 5.10 menunjukkan hasil nilai rata-rata setiap skala kusioner UEQ pada situs Vipplaza.co.id didapatkan bahwa hasil nilai tertinggi berada pada skala kejelasan (*perspicuity*) dengan nilai rata-rata 0,880. Skala ketepatan (*dependability*) dengan nilai rata-rata 0,860, skala efisiensi dengan nilai rata-rata

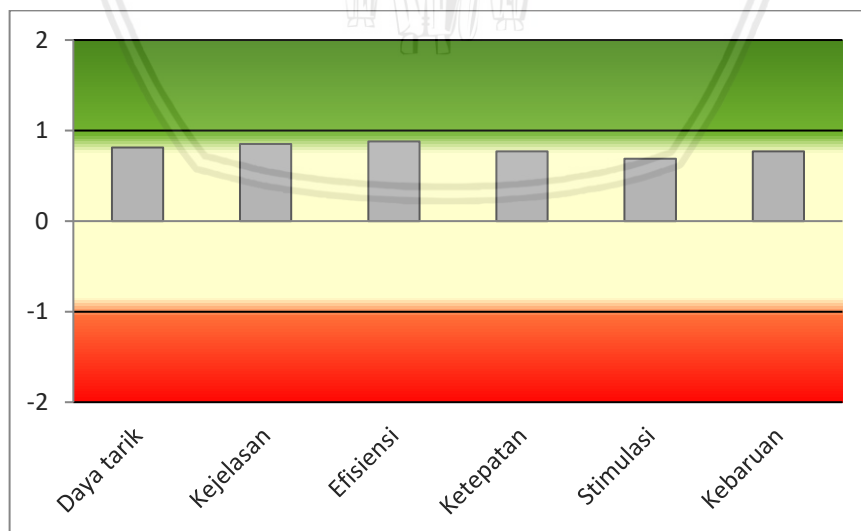
sebesar 0.750, daya tarik dengan nilai rata-rata sebesar 0,720, skala stimulasi (*stimulation*) dengan nilai rata-rata 0,653, dan skala kebaruan (*novelty*) dengan nilai rata-rata 0.520. Vipplaza.co.id juga unggul dalam aspek pragmatic atau aspek tujuan yang dicapai pengguna saat berinteraksi dengan produk.

UEQ Scales Berrybenka	
Daya tarik	0.853
Kejelasan	0.740
Efisiensi	0.690
Ketepatan	0.770
Stimulasi	0.660
Kebaruan	0.820

Gambar 5.11 Nilai rata-rata skala pada Berrybenka.com

Gambar 5.11 menunjukkan hasil nilai rata-rata setiap skala kuisioner UEQ pada situs Berrybenka.com didapatkan bahwa hasil nilai rata-rata tertinggi berada pada skala daya tarik (*attractiveness*) dengan nilai 0.853, skala kebaruan (*novelty*) dengan nilai 0.820, skala ketepatan (*dependability*) dengan nilai 0.770, skala kejelasan (*perspicuity*) dengan nilai 0.740, skala efisiensi dengan nilai 0.690 dan skala stimulasi (*stimulation*) dengan nilai 0.660.

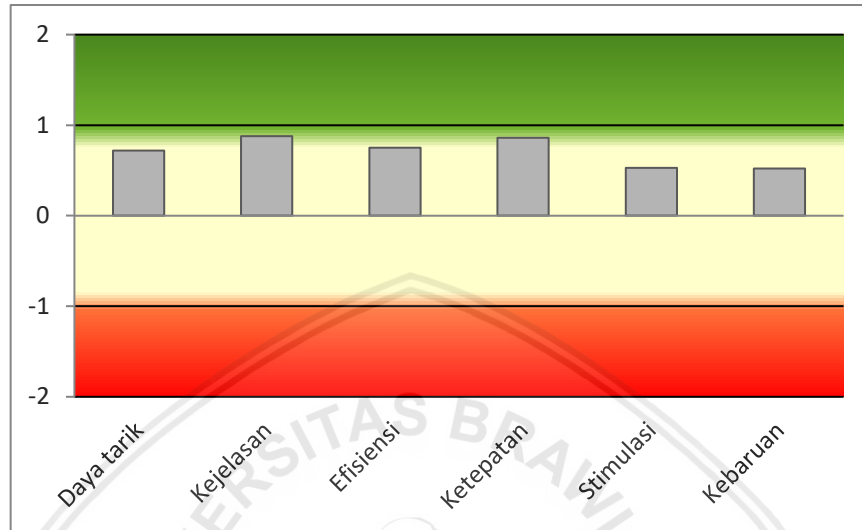
Nilai rata-rata setiap skala pada kuisioner UEQ yang diisikan oleh dari 25 responden untuk masing-masing situs tersebut, ditampilkan dalam bentuk grafik, untuk mempermudah melihat hasil rata-rata nilai dari setiap skala pada UEQ.



Gambar 5.12 Nilai skala UEQ pada Salestock.co.id

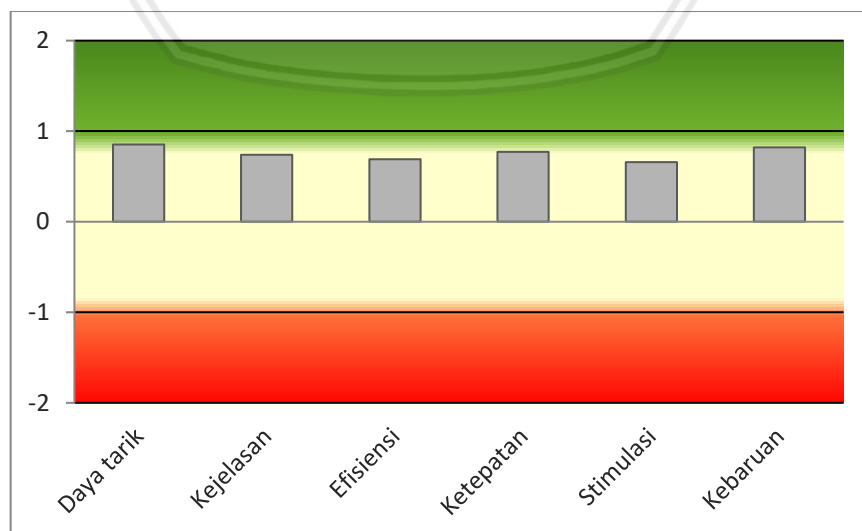
Dari grafik yang terdapat dalam Gambar 5.12 dapat disimpulkan bahwa situs Salestock.co.id mendapatkan persepsi yang netral kepada responden. Skala berada dalam perspektif normal dan tidak ada skala yang masuk ke dalam

perspektif negative. Urutan nilai rata-rata tertinggi sampai yang terendah dimulai dari efisiensi (*efficiency*) dengan nilai 0.880, kejelasan (*perspicuity*) dengan nilai 0.850, daya tarik (*attractiveness*) dengan nilai 0.813, ketepatan (*dependability*) dengan nilai 0.770, kebaruan (*novelty*) dengan nilai dengan nilai dan stimulasi (*stimulation*) dengan nilai 0,690.



Gambar 5.13 Nilai skala UEQ pada Vipplaza.co.id

Dari diagram yang terdapat dalam Gambar 5.14 dapat disimpulkan bahwa situs Vipplaza.co.id mendapatkan persepsi yang netral kepada responden karena nilai yang didapatkan untuk setiap skala berkisar di antara 0.5-0.8. Skala berada dalam perspektif normal dan tidak ada skala yang masuk ke dalam perspektif negative. Urutan nilai tertinggi berada pada skala kejelasan (*perspicuity*) dengan nilai rata-rata 0,880. Skala ketepatan (*dependability*) dengan nilai rata-rata 0,860, skala efisiensi dengan nilai rata-rata sebesar 0.750, daya tarik dengan nilai rata-rata sebesar 0,720, skala stimulasi (*stimulation*) dengan nilai rata-rata 0,653, dan skala kebaruan (*novelty*) dengan nilai rata-rata 0.520.



Gambar 5.14 Nilai skala UEQ pada Berrybenka.com

Dari diagram yang terdapat dalam Gambar 5.15 dapat disimpulkan bahwa situs Berrybenka.com juga mendapatkan persepsi yang netral kepada responden karena nilai yang didapatkan untuk setiap skala berkisar di antara 0.5-0.8 bahkan ada yang melebihi 0.8. Skala berada dalam perspektif normal dan positif dan tidak ada skala yang masuk ke dalam perspektif negatif. Urutan nilai rata-rata tertinggi berada pada skala daya tarik (*attractiveness*) dengan nilai 0.853, skala kebaruan (*novelty*) dengan nilai 0.820, skala ketepatan (*dependability*) dengan nilai 0.770, skala kejelasan (*perspicuity*) dengan nilai 0.740, skala efisiensi dengan nilai 0.690 dan skala stimulasi (*stimulation*) dengan nilai 0.660

5.3 Tanggapan Responden

Setelah melakukan pengujian, responden diminta untuk memberikan tanggapan setelah melakukan tugas berdasarkan skenario di situs tersebut. Dari tanggapan yang diberikan oleh responden, dilakukan pemetaan tanggapan untuk mengetahui kesan, respon dan permasalahan yang dialami oleh responden. Masing-masing tanggapan akan diberi kode dan nomor responden yang memberikan tanggapan tersebut.

a. Salestock.co.id

Tabel 5.16 Hasil pengolahan tanggapan Salestock.co.id

No	Hasil	Kode Tanggapan
1	Tampilan produk seperti mobile, sehingga harus melakukan scroll ke bawah untuk pencarian produk, mengeluarkan effort lebih untuk mencari produk.	TR1 (R1,R8,R9)
2	Tampilan situs standar, simple karena seperti tampilan mobile, tertata dan tidak membuat bingung.	TR1 (R2,R4,R7)
3	Tampilan pencarian produk melalui kategori rumit	TR1(R4,R6)
4	Keterangan yang ada pada produk lengkap dan jelas, foto produk ukurannya pas dan jelas.	TR1 (R5,R8)
5	Sangat memudahkan, karena tidak perlu log-in atau daftar jadi member saat melakukan pembelian produk dan memasukkan produk wishlist	TR1 (R2,R4,R6,R8,R10)
6	Tidak perlu mengeluarkan effort yang banyak saat menggunakan situs karena mudah untuk digunakan	TR1 (R6,R10)

Tabel 5.16 Hasil pengolahan tanggapan Salestock.co.id(Lanjutan)

7	Banyak pop-up menu yang muncul di tengah halaman sehingga perhatian pengguna menjadi teralihkan	TR1 (R7,R9)
8	Tampilan situs kreatif dan kekinian sesuai zaman	TR1 (R3)

Tabel 5.19 menampilkan hasil tanggapan responden Salestock, dari tanggapan diberikan responden, diolah menjadi 8 tanggapan. Tanggapan dari responden merupakan tanggapan yang beragam karena terdapat tanggapan positif seperti tampilan situs yang menarik, keterangan produk jelas. Namun juga terdapat tanggapan yang bersifat negatif terkait dengan beberapa tampilan yang dapat menjadi hambatan bagi pengguna saat menggunakan situs Salestock.co.id.

Tanggapan yang diberikan oleh responden pengujian situs Salestock.co.id yaitu berupa tanggapan positif terkait kemudahan yang dirasakan pengguna karena tidak mengeluarkan effort lebih untuk memasukkan produk ke wishlist dan melakukan transaksi pembelian tidak perlu log-in menjadi member yang, menjelaskan penilaian yang didapatkan pada *User Experience Questionnaire* (UEQ) yaitu Salestock.co.id unggul dalam 3 aspek yaitu kejelasan, efisiensi dan stimulasi. Tanggapan tersebut sesuai dengan penilaian aspek time per completed task dimana Salestock.co.id memiliki waktu penyelesaian tersingkat, dan parameter task completed dimana Salestock.co.id memiliki angka penyelesaian tugas yang tinggi. Aspek satisfaction yang dimiliki Salestock.co.id dengannilai 67,5 dipengaruhi oleh tanggapan responden yang merasa dimudahkan dengan fitur pembelian yang tidak perlu melakukan log-in terlebih dahulu.

b. Vipplaza.co.id

Tabel 5.17 Hasil pengolahan tanggapan Vipplaza.co.id

No	Hasil	Kode Tanggapan
1	Tampilan vipplaza standar dan umum, seperti e-commerce pada umumnya	TR2 (R1,R3,R9,R10)
2	Penataan produk rapi dan terorganisir sehingga memudahkan pengguna saat melihat produk.	TR2 (R1,R2,R7,R8,R10)
3	Saat menggunakan fitur wishlist, membingungkan karena ikon wishlist tidak ada keterangan dan letaknya tidak sesuai.	TR2 (R2,R5,R6R,R9,R10)
4	Saat ingin mengatur harga melalui filter harga, sulit untuk dilakukan karena tidak bisa diketik langsung, dan tampilannya membingungkan	TR2 (R4,R5,R9)

Tabel 5.17 Hasil pengolahan tanggapan Vipplaza.co.id (Lanjutan)

5	Saat memasukkan produk ke dalam wishlist harus log-in sebagai user, sehingga memakan banyak waktu dan effort pengguna	TR2 (R3,R6,R8)
6	<i>Loading time</i> situs vipplaza lama, sehingga banyak <i>effort</i> yang harus dikeluarkan.	TR2 (R4)
7	Tampilan situs monoton dan kurang responsif	TR2 (R8)
8	Produk yang ditampilkan memiliki keterangan yang jelas dan lengkap	TR2(R10)

Tabel 5.20 menampilkan hasil pengolahan tanggapan yang diberikan oleh responden pengujian situs Vipplaza.com. Tanggapan yang diberikan diolah dan dijadikan 8 tanggapan dan masing-masing tanggapan memiliki kode tanggapan serta nomor responden. Tanggapan yang diberikan responden kepada situs Vipplaza.co.id merupakan tanggapan yang beragam, terdapat tanggapan positif tentang tampilan situs dan terdapat juga tanggapan yang negatif tentang permasalahan yang dialami responden saat melakukan tugas-tugas sesuai skenario di Vipplaza.co.id

Tanggapan responden pada Vipplaza.co.id terdapat dua tanggapan positif yaitu tampilan produk memiliki keterangan yang jelas dan lengkap serta rapi terorganisir sehingga memudahkan pengguna. Hal ini sesuai dengan hasil kuisioner UEQ dalam aspek penilaian ketepatan atau *dependability* dimana Vipplaza.co.id memiliki nilai yang lebih tinggi dari kedua situs lainnya. Tanggapan mengenai hambatan yang dialami pengguna yaitu filter harga yang sulit untuk digunakan sehingga menghambat dan ikon wishlist serta mengeluarkan effort lebih untuk log-in sebelum melakukan pembelian, sehingga memengaruhi penilaian parameter *time per completed task* dimana Vipplaza.co.id tidak memiliki waktu tercepat untuk melakukan tugas dan aspek *satisfaction* pengguna dimana Vipplaza.co.id memiliki nilai 64.

c. Berrybenka.com

Tabel 5.18 Hasil pengolahan tanggapan Berrybenka.com

No	Hasil	Kode Tanggapan
1	Tampilan Berrybenka kreatif dan menarik minat pengguna	TR3(R1,R9,R10)
2	Pada melakukan pencarian produk melalui kolom pencarian, tidak bisa dengan tombol enter, harus klik ikon pencarian.	TR3 (R2,R6)
3	Beberapa font memiliki ukuran yang tidak sesuai sehingga tidak nyaman bagi pengguna	TR3 (R3,R9,R10)

Tabel 5.18 Hasil pengolahan tanggapan Berrybenka.com (Lanjutan)

4	Banyak pop-up menu yang muncul di tengah halaman sehingga mengganggu pengguna ketika melakukan tugas	TR3 (R6)
5	Tampilan trendy dan kekinian mengikuti zaman, menarik minat pengguna	TR3 (R7,R8)
6	Saat masuk ke halaman pembayaran, pengguna merasa bingung karena penataan ikon yang membingungkann	TR3 (R7,R10)
7	Gambar background pada homepage ukuran terlalu besar	TR3 (R5,R8)
8	Harus log-in sebelum memasukkan produk ke wishlist, sehingga menghambat pengguna dan mengeluarkan effort lebih.	TR3 (R5)

Tabel 5.21 menampilkan hasil pengolahan tanggapan situs Berrybenka.com. Dari semua tanggapan, diolah dan dijadikan 8 tanggapan dan diberi kode tanggapan serta nomor responden. Tanggapan yang diberikan oleh responden pengujian, merupakan tanggapan yang beragam, terdiri dari tanggapan positif sampai dengan tanggapan negatif tentang hambatan yang ditemukan pengguna saat menggunakan situs Berrybenka.com

Terdapat 2 respon positif pada tanggapan pengguna yang diperoleh di situs Berrybenka.com yaitu tampilannya kreatif, menarik minat, trendy dan mengikuti zaman sehingga menarik minat pengguna. Tanggapan ini sesuai dengan aspek dalam penilaian User Experience Questionnaire (UEQ) dalam penilaian *novelty* atau aspek kebaruan dan aspek *attractiveness* atau daya tarik, sehingga Berrybenka.com unggul dalam aspek tersebut dibandingkan dengan kedua situs lainnya. Parameter *task completed* pada Berrybenka.com memiliki nilai kesalaham karena beberapa pengguna gagal melakukan pencarian produk, seperti pada tanggapan responden Terdapat juga tanggapan tentang hambatan yang dirasakan pengguna yaitu harus log-in sebelum melakukan pembayaran, sehingga mengeluarkan effort lebih banyak, tampilan yang membingungkan dan tidak nyaman untuk digunakan. Tanggapan tersebut sesuai dengan hasil pengukuran waktu dalam parameter *time per completed task*, yang menyebabkan waktu penyelesaian tugas Berrybenka.com tidak memiliki waktu yang tercepat dan untuk parameter *satisfaction* yang diukur dengan kuisioner SUS, Berrybenka.com tidak memiliki nilai kepuasan yang paling tinggi.

5.4 Hasil Perbandingan Evaluasi Situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com

Pada bagian ini, akan dibahas perbandingan hasil yang didapat dari pengujian skenario, kuisisioner SUS dan kuisisioner UEQ pada situs Salestock.co.id, Berrybenka.com dan Vipplaza.co.id.

5.4.1 Hasil Perbandingan Pengujian Usability

Berikut merupakan perbandingan hasil pengujian skenario dan kuisisioner *System Usability Scale* (SUS) pada situs web Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com

Tabel 5.19 Hasil perbandingan pengujian pada Salestock.id, Vipplaza.com dan Berrybenka.com

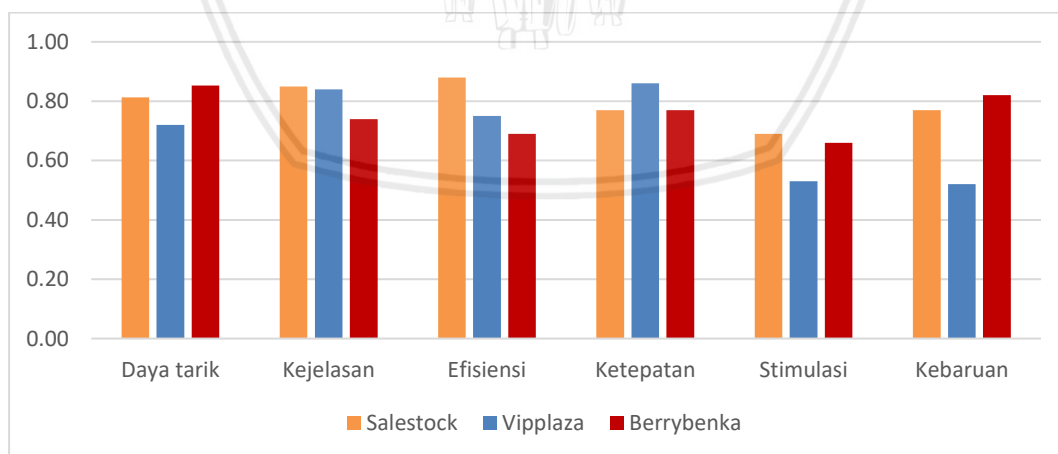
No	Parameter Pengujian	Hasil			Keterangan
		Salestock	Vipplaza	Berrybenka	
1	<i>Effectiveness</i>	0,94	0,94	0,92	Salestock.co.id dan Vipplaza.co id lebih efektif (Zazelenchuk, 2008) dibandingkan Berrybenka.com dalam saat melakukan task.
	<i>Task Completed</i>				
2	<i>Error Rate during Performance</i>	0,557	0,426	0,466	Salestock.id lebih memiliki tingkat kesalahan yang dilakukan oleh pengguna, lebih tinggi dibandingkan Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com
3	<i>Efficiency</i>	28	38,2	34,1	Salestock.co.id memiliki waktu penyelesaian tugas yang lebih singkat dan paling efisien (Zazelenchuk, 2008)
	<i>Time per Completed Task</i>				

Tabel 5.22 Hasil perbandingan pengujian pada Salestock.id, Vipplaza.com dan Berrybenka.com (Lanjutan)

4	<i>Number of Clicks</i>	4.78	4,34	4,48	Vipplaza.co.id memiliki tingkat efisiensi yang paling tinggi (Zazelenchuk, 2008) disusul dengan Berrybenka.com kemudian Salestock
5	<i>Satisfaction</i>	67,5	64	62,22	Salestock memiliki tingkat kepuasan pengguna yang lebih baik disusul dengan Vipplaza.co.id kemudian Berrybenka.com

5.4.2 Hasil Perbandingan *User Experience Questionnaire* (UEQ)

Pada bagian ini akan dibahas data yang telah didapatkan dari responden kuisisioner UEQ.



Gambar 5.15 Perbandingan hasil kuisisioner UEQ Salestock.co.id, Vipplaza.co.id, Berrybenka.com

Berdasarkan perbandingan hasil *user experience questionnaire* (UEQ) pada Gambar 5.13, dapat disimpulkan dalam aspek daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*) dan kebaruan (*novelty*) Salestock.co.id memiliki nilai yang unggul daripada Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com. Sedangkan untuk Efisiensi

(*efficiency*), dan stimulasi (*stimulation*) Berrybenka .com memiliki nilai yang lebih unggul daripada Salestock.co.id dan Vipplaza.co.id. Untuk aspek ketepatan (*dependability*), Vipplaza.co.id lebih unggul daripada Salestock.co.id dan Berrybenka.com. Salestock.co.id memiliki keunggulan pada aspek yang masuk kedalam *pragmatic* yang berelasi dengan tujuan pengguna maupun hedonic yang berelasi dengan perasaan subjektif pengguna saat menggunakan produk. Salestock.co.id unggul di aspek *pragmatic* yaitu kejelasan dan efisiensi, dan dalam aspek hedonic yaitu stimulasi. Penilaian secara keseluruhan dari 6 item penilaian dalam UEQ, Salestock.co.id memiliki nilai yang lebih unggul daripada Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com



BAB 6 KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahapan penelitian yang dilakukan mulai dari latar belakang, rumusan masalah, studi literatur, perencanaan pengujian, pelaksanaan pengujian, dan pengolahan data, kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu:

- 1). Hasil pengujian skenario yaitu ketiga situs yang diujikan kepada responden untuk aspek *effectiveness* yang diukur dengan parameter *task completed* dan *error rate*, aspek *efficiency* diukur dengan *time per completed task* dan *number of clicks*, dan *satisfaction* diukur melalui kuisisioner SUS, nilai yang didapatkan memiliki respon yang baik dilihat dari nilai pengujian yang cenderung positif pada keempat parameter pengujian skenario dan kategori marginal pada kuisisioner. Tanggapan responden setelah melakukan pengujian, ditemukan beberapa kendala dan kesulitan yang dialami saat melakukan pengujian juga terdapat tanggapan positif tentang pengalaman pengguna ketiga situs tersebut.
- 2). Hasil kuisisioner UEQ yang diisi oleh responden dengan 6 skala pengukuran yaitu daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*) dan kebaruan (*novelty*) pada ketiga situs, memiliki nilai yang normal dengan nilai 0,5- 0,7 bahkan cenderung ke positif, karena ada beberapa pengukuran yang memiliki nilai positif yaitu diatas 0,8.
- 3). Hasil perbandingan pengujian skenario dan kuisisioner UEQ pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com yaitu:
 - a. Pada pengujian skenario, aspek *effectiveness* parameter *task completed*, Salestock.co.id memiliki nilai yang lebih tinggi dari kedua situs lainnya dan parameter *error rate*, Vipplaza.co.id yang memiliki nilai tertinggi. Aspek *efficiency*, parameter *time per completed task*, salestock memiliki waktu penyelesaian tugas yang lebih singkat dari kedua situs lainnya dan parameter *number of clicks*, Vipplaza.co.id memiliki jumlah klik tugas yang lebih sedikit. Pada aspek *satisfaction*, Salestock.co.id memiliki nilai tertinggi dari kedua situs lainnya. Tanggapan yang diberikan oleh responden setelah melakukan pengujian menunjukkan bahwa Salestock.co.id mendapat tanggapan yang paling positif diantara ketiga situs tersebut. Dapat disimpulkan, secara keseluruhan Salestock.co.id memiliki hasil pengujian yang lebih baik dari kedua situs lainnya
 - b. Dari hasil kuisisioner UEQ, pada 6 items pengujian, Salestock.co.id lebih unggul di 3 items yaitu kejelasan (*percipuity*), efisiensi (*efficiency*) dan stimulasi (*stimulation*). Sementara Vipplaza.co.id unggul di items ketepatan (*dependability*) dan Berrybenka.com unggul di items daya tarika (*attractiveness*) dan kebaruan (*novelty*). Dari hasil kuisisioner

BAB 6 KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tahapan penelitian yang dilakukan mulai dari latar belakang, rumusan masalah, studi literatur, perencanaan pengujian, pelaksanaan pengujian, dan pengolahan data, kesimpulan yang dapat diperoleh yaitu:

- 1). Hasil pengujian skenario yaitu ketiga situs yang diujikan kepada responden untuk aspek *effectiveness* yang diukur dengan parameter *task completed* dan *error rate*, aspek *efficiency* diukur dengan *time per completed task* dan *number of clicks*, dan *satisfaction* diukur melalui kuisioner SUS, nilai yang didapatkan memiliki respon yang baik dilihat dari nilai pengujian yang cenderung positif pada keempat parameter pengujian skenario dan kategori marginal pada kuisioner. Tanggapan responden setelah melakukan pengujian, ditemukan beberapa kendala dan kesulitan yang dialami saat melakukan pengujian juga terdapat tanggapan positif tentang pengalaman pengguna ketiga situs tersebut.
- 2). Hasil kuisioner UEQ yang diisi oleh responden dengan 6 skala pengukuran yaitu daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*) dan kebaruan (*novelty*) pada ketiga situs, memiliki nilai yang normal dengan nilai 0,5- 0,7 bahkan cenderung ke positif, karena ada beberapa pengukuran yang memiliki nilai positif yaitu diatas 0,8.
- 3). Hasil perbandingan pengujian skenario dan kuisioner UEQ pada situs Salestock.co.id, Vipplaza.co.id dan Berrybenka.com yaitu:
 - a. Pada pengujian skenario, aspek *effectiveness* parameter *task completed*, Salestock.co.id memiliki nilai yang lebih tinggi dari kedua situs lainnya dan parameter *error rate*, Vipplaza.co.id yang memiliki nilai tertinggi. Aspek *efficiency*, parameter *time per completed task*, salestock memiliki waktu penyelesaian tugas yang lebih singkat dari kedua situs lainnya dan parameter *number of clicks*, Vipplaza.co.id memiliki jumlah klik tugas yang lebih sedikit. Pada aspek *satisfaction*, Salestock.co.id memiliki nilai tertinggi dari kedua situs lainnya. Tanggapan yang diberikan oleh responden setelah melakukan pengujian menunjukkan bahwa Salestock.co.id mendapat tanggapan yang paling positif diantara ketiga situs tersebut. Dapat disimpulkan, secara keseluruhan Salestock.co.id memiliki hasil pengujian yang lebih baik dari kedua situs lainnya
 - b. Dari hasil kuisioner UEQ, pada 6 items pengujian, Salestock.co.id lebih unggul di 3 items yaitu kejelasan (*percipuity*), efisiensi (*efficiency*) dan stimulasi (*stimulation*). Sementara Vipplaza.co.id unggul di items ketepatan (*dependability*) dan Berrybenka.com unggul di items daya tarika (*attractiveness*) dan kebaruan (*novelty*). Dari hasil kuisioner

tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden cenderung tinggi ke Salestock.co.id dibandingkan Vipplaza.com dan Berrybenka.com

6.2 Saran

Dalam penelitian ini, masih terdapat kekurangan dan perbaikan dalam pelaksanaannya. Saat melakukan pengujian dengan responden, sebaiknya diberikan jeda antar pengujian agar responden tidak merasa lelah dan bosan, sehingga dapat memengaruhi hasil pengujian. Responden yang dipilih juga harus berdedikasi untuk menjadi peserta pengujian dan pengisian kuisisioner agar tidak memengaruhi hasil dari pengujian dan kuisisioner tersebut. Kedepannya, dapat dilakukan evaluasi situs menggunakan teori *user experience* lainnya yang sedang dikembangkan.



DAFTAR REFERENSI

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia., 2017. Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017. [online]. Tersedia di: <https://www.apjii.or.id/>. [Diakses pada 14 Agustus 2018]
- Berrybenka.com, Tentang Berrybenka.com [online] Tersedia di: < <https://berrybenka.com/home/about> [Diakses 17 Agustus 2018]
- Brooke, John., 2013. *SUS: A Restropective*. Journal of Usability Studies, Vol. 8, Issue 2, February 2013 pp. 29-40
- Chan, A., Maharani, M. dan Tresna, W., 2017. Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Go-Jek Dan Grab (Studi Pada Konsumen Pt Go-Jek Dan Pt Grab Indonesia Di Dki Jakarta). Bandung. Universitas Padjajaran.
- Ghazarian, A., 2015. *5 UX KPIs You Need To Track* [online]. Tersedia di : <https://designmodo.com/ux-kpi/> [Diakses pada 14 Agustus 2018]
- Guo, F., 2012. More Than Usability: *The Four Elements of User Experience, Part I*. [online]. Tersedia di : <<https://www.uxmatters.com/mt/archives/2012/04/01/more-than-usability-the-four-elements-of-user-experience-part-i.php> [Diakses Tanggal 25 Agustus 2018].
- iPrice Group., 2018. Peta E-Commerce Indonesia. [online]. Tersedia di: < <http://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> > [Diakses 17 Agustus 2018].
- ISO (International Organization for Standardization), 2010. *Ergonomics of human system interaction*. [online] Tersedia di: <<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>>. [Diakses Tanggal 23 Agustus 2018].
- Macefield, Ritch., 2009. *“How to Specify the Participant Group Size for Usability Studies: A Practitioner’s Guide.”* Journal of Usability Studies, Vol. 5, No. 1.
- Nielsen, Jacob., 2011. *“Success Rate: The Simplest Usability Metric”*. [online]. Tersedia di: <<http://www.nngroup.com/articles/success-rate-the-simplest-usability-metric/>> [Diakses 18 Agustus 2018]
- Norman, D., 2016. *The Definition of User Experience (UX)*. Tersedia di: <http://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/> [Diakses pada 14 Agustus 2018].

Rahmi, R., Rokhmawati, R., & Rachmadi, A. Analisis User Experience Pada Website Streaming Video (Studi Kasus: Youtube dan VLIVE). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, vol. 2, no. 8, p. 2907-2917, jan. 2018. ISSN 2548-964X. Tersedia pada: <<http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/2044>>. Tanggal Akses: 02 okt. 2018

Ross, J., 2016. *Conducting Qualitative, Comparative Usability Testing*. [online]. Tersedia di :< <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2017/03/conducting-qualitative-comparative-usability-testing.php>> [Diakses tanggal 31 Agustus 2018].

Salestock.co.id Tentang Salestock [online] Tersedia di: <<https://salestock.co.id/home/tentang-kami> [Diakses 17 Agustus 2018]

Schrepp, M. 2015. User Experience Questionnaire Handbook.

Schrepp, Martin., Hinderks, Andreas & Thomaschewski, Jörg., 2014. *Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in Different Evaluation Scenarios*. Lecture Notes in Computer Science, Volume 8517 p. 383-392.

Schrepp, Martin., Hinderks, Andreas & Thomaschewski, Jörg., 2017. *Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ)*. International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence. 4. 40-44.

Statshow.,2018. *Website's Global Rank* [online]. Tersedia di :< http://www.statshow.com/www/website_name> [Diakses tanggal 16 Agustus 2018].

Travis d., 2012. The Beginners' Gude to Benchmarking User Experience. [online] Tersedia di: <<https://www.userfocus.co.uk/articles/guide-to-benchmarking-UX.html>> [Diakses 17 Agustus 2018].

Tashandra, N., 2018. 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita, [online] Tersedia di:<<https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita>> [Diakses 18 Agustus 2018]

UEQ-Online. Pengalaman pengguna Questionnare Tersedia di: <<https://www.ueq-online.org.>> [Diakses tanggal 14 Agustus 2018]

Usability.gov, *Usability Testing*, [online] Tersedia di: <
<https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/usability-testing.html>>
[Diakses 20 Agustus 2018].

Vipplaza.co.id, Tentang vipplaza.co.id [online] Tersedia di: <
<http://www.vipplaza.co.id/about/>> [Diakses 17 Agustus 2018]

Zazelenchuk, T., 2008. *Data Collection for Usability Research*. [online] Tersedia di:
<https://www.userfocus.co.uk/articles/dataloggingtools.htm> [Diakses 18
Agustus 2018]

